

فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال نهم - شماره ۲۷ - پائیز ۹۳  
صفحات ۴۷ تا ۹۲

## بررسی شکاف میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی

میرعلی سیدنقوی \*

سید محمد میرتقیان رودسری \*\*

### چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی شکاف میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در صنعت هتلداری در هتل‌های بین‌المللی پارسیان استان مازندران، شامل: هتل‌های پارسیان آزادی رامسر (چهار-ستاره)، و پارسیان آزادی خزر (پنج ستاره)، در تابستان ۱۳۹۳ صورت پذیرفته است. بدین منظور، دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفته است: دیدگاه کارکنان برای سنجش اخلاق کلامی و دیدگاه میهمانان ایرانی برای سنجش اخلاق حاکم. همچنین رابطه‌ی بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اخلاق سازمانی، و نیز تعیین وزن ابعاد اخلاق سازمانی از دیدگاه جامعه‌های آماری تحقیق مورد ارزیابی قرار گرفت. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل دو گروه کارکنان و میهمانان ایرانی هتل‌های مذکور است و ابزار اندازه‌گیری تحقیق، استفاده از دو پرسشنامه یکی برای کارکنان و دیگری برای میهمانان بوده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میان اخلاق سازمانی کلامی و اخلاق سازمانی حاکم، در هتل‌های بین‌المللی پارسیان استان مازندران شکاف وجود دارد و بیشترین میزان شکاف مربوط به بُعد روابط سالم و انسانی و کمترین میزان شکاف مربوط به بُعد ابتکار عمل در کار است.

واژگان کلیدی: اخلاق سازمانی، صنعت هتلداری، هتل‌های بین‌المللی پارسیان، استان مازندران.

---

\* دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده‌ی مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران  
\*\* کارشناس ارشد مدیریت گردشگری، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، چالوس، مازندران، ایران (نویسنده مسئول)  
Email: sm.mirtaghian@gmail.com  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۲/۲۰  
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱

## مقدمه

اعداد و ارقامی همچون ۹٪ تولید داخلی، تولید یک شغل از میان هر یازده شغل، صادرات ۱/۳ تریلیون دلاری، ۶٪ از صادرات جهان، رشد گردشگری بین‌المللی به میزان ۱۰۳۵ میلیون نفر، و پیش‌بینی رشد تعداد گردشگر به میزان ۱/۸ بلیون نفر در سال ۲۰۳۰، این نکته را مشخص می‌نماید که صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین و پربرونق‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است (سازمان جهانی جهانگردی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳، ۲). بی-شک، افزایش گردشگری و تقاضا برای بازدید از کشورهای مختلف، رشد و توسعه‌ی صنعت‌های مرتبط را با خود به همراه دارد که یکی از مهمترین و اساسی‌ترین آنها، صنعت هتلداری است (روغنیان‌دزفولی، ۱۳۸۷، ۱۱).

صنعت هتلداری، دائما با چالش‌های مختلفی روبرو می‌باشد (دیمیتریو<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۱۱، ۱). محققان بیان می‌کنند که تمامی این چالش‌ها در اثر رفتارهای غیراخلاقی پدید می‌آیند (بک<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۰۷، ۶؛ کینساید<sup>۴</sup> و دیگران، ۲۰۰۸، ۴۷۰؛ چنگ<sup>۵</sup> و دیگران، ۲۰۱۳، ۱۰۸). ذینفعان صنعت هتلداری به سه دلیل اساسی ملزم به اعمال اخلاق در این حرفه می‌باشند: اول، به دلیل داشتن تاثیرات فوق‌العاده بر روی محیط و جامعه‌ی بومی که در آن فعالیت می‌کنند (صلواتی و دیگران، ۱۳۹۲، ۱۱۹)، و ضرورت نیاز به جلب حمایت جامعه‌ی میزبان برای دوام این صنعت (هاسی<sup>۶</sup> و دیگران، ۲۰۱۰، ۸)؛ دلیل دوم، این صنعت پذیرای میهمانانی با فرهنگ‌های گوناگون می‌باشد (هیومین و رایان<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱)؛ و با توجه به ویژگی‌های ذاتی صنعت هتلداری (تفکیک‌ناپذیری، ناملموس بودن، تنوع و...)، مسائل اخلاقی به نگرانی عمده‌ی این صنعت تبدیل شده است (جانگ<sup>۸</sup> و دیگران، ۲۰۱۰)؛ اگر رفتارهای یک کارمند هتل از دیدگاه میهمانان، غیراخلاقی جلوه نماید، بدون شک، میهمانان نمره‌ی ارزیابی خود از خدمات آن هتل را تنزل می‌دهند (وانگ، ۲۰۰۰، ۱۲۲)، زیرا رضایت میهمانان، تنها با عوامل ملموس تجارب هتل امکان پذیر نیست، بلکه تا حد بسیار زیادی تحت تاثیر این است که رفتار کارکنان هتل با خود را چگونه درک و دریافت

1- UNWTO (World Tourism Organization)

2- Dimitriou

3- Beck

4- Kincaid

5- Cheng

6- Hussey

7- Huimin & Ryan

8- Jung

نمایند (وانگ، ۱۹۹۸، ۱۰۷؛ پونو<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۹، ۴۱۹)؛ و دلیل سوم اینکه توجه به مسائل اخلاقی، بر افزایش کیفیت و ارزش افزوده خدمات صنعت هتلداری تاثیرگذار خواهد بود (دنیادیده<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰، ۴۳۱؛ دیمیتریو و دیگران، ۲۰۱۱، ۱؛ میسکوویچ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲، ۲۱؛ ماثنج<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳، ۱۳).

امروزه، بیشترین نگرانی سازمان‌ها، مربوط به عوامل اخلاقی رفتارهای انسانی است که به درستی یا تخلف از آنچه که کارکنان انجام می‌دهند، مرتبط می‌شود (یئونگ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴، ۲۱۱). هتل‌ها که به منزله‌ی یک سازمان می‌باشند، می‌توانند از طریق هدایت فعالیت‌های اخلاق‌مدارتر کارکنان‌شان، مزایای بسیاری کسب نمایند (دیمیتریو، ۲۰۱۱، ۵). در یک سازمان خدماتی مانند هتل، اخلاق به بخش‌های بسیار متنوعی تقسیم می‌شود که مهمترین آن، بین ارائه دهندگان خدمات (نیروی انسانی) و میهمانان می‌باشد که به نوبه‌ی خود از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (روغنیان دزفولی، ۱۳۸۷: ۱۶). از آنجایی که صنعت هتلداری، به شدت بر نیروی انسانی تاکید می‌ورزد (کیم<sup>۶</sup> و دیگران، ۲۰۱۱، ۳)، و این نیرو رکن اصلی این صنعت می‌باشد، بنابراین نیروی انسانی، نقش مهمی را در اخلاقی بودن این صنعت دارد؛ عبارتی صنعت هتلداری برای اخلاقی بودن بیش و پیش از هر چیز نیازمند انسان‌های اخلاقی است. از این رو گسترش اخلاق در صنعت هتلداری، بسیار ضروری است (تانک و سوین<sup>۷</sup>، ۲۰۰۰، ۷۵۸)، و نسبت به اخلاق کاری سایر صنایع، مهمتر می‌باشد (وانگ، ۱۹۹۸، ۱۰۷). البته یافته‌ها نشان می‌دهد که صنعت هتلداری با علاقه‌ی زیادی به سیستم‌های اخلاقی توجه نموده و ملزوماتی را برای بهبود آن تعیین کرده است (جازسای<sup>۸</sup>، ۲۰۰۲، ۱۰۴).

یکی از مشکلات و تنگنایی که در کشورهای درحال توسعه وجود دارد، وجود تفاوت بین حرف و عمل است. در واقع فرهنگ سخنگویی به جای عمل وجود دارد (کیاکجوری و اسحق‌نیموری، ۱۳۹۳، ۶۰). وجود تفاوت بین حرف و عمل، در زمینه‌ی اخلاق حرفه‌ای و سازمانی، مفاهیمی را تحت عنوان "اخلاق کار عملی یا حاکم" و "اخلاق کار حرفی یا کلامی"، در سازمان‌ها بوجود آورده است، که صنعت هتلداری و

1- Ponnu

2- Donyadide

3- Miscovic

4- Mathenge

5- Yeung

6- Kim

7- Tunc & Sevin

8- Jaszay

بطور کلی هتل‌ها بعنوان یک سازمان خدماتی از این مسئله مستثنی نیستند. بررسی اخلاق سازمانی در صنعت هتلداری ممکن است در تئوری ساده و آسان باشد، اما در عمل می‌تواند بسیار چالش برانگیز و پیچیده باشد (ماتنج، ۲۰۱۳: ۱۹)، زیرا بایستی به بررسی ابعاد و مولفه‌های گسترده‌ای از اخلاق، مطابق با موقعیت موردنظر پرداخته شود و همچنین جهت تحلیل میزان اخلاقی بودن این صنعت باید نسبت به دیدگاه‌های کارکنان به اخلاق کاری و نیز دیدگاه‌های میهمانان نسبت به میزان رعایت اخلاق کاری کارکنان، شناخت پیدا کرد؛ زیرا کارکنان هتل‌ها در محل کار خود، همواره با چالش‌های اخلاقی مواجه هستند، باید تصمیم‌گیری‌های سریعی داشته باشند که اغلب بدون نظارت مستقیم و بدون کدهای رفتاری شفاف می‌باشد (پونو و دیگران، ۲۰۰۹، ۴۲۰). همچنین بیشتر کارکنان ترجیح می‌دهند در محیطی که دارای استانداردهای اخلاقی بالایی می‌باشد کار کنند (همان، ۴۱۹). ایجاد محیطی سالم توسط یک هتل مستلزم پرورش آگاهی اخلاقی است (چنگ و دیگران، ۲۰۱۳، ۱۱۳). علاوه بر این، وجود ارتباط بسیار قوی میان اخلاقیات و صنعت هتلداری، این صنعت را به مردمی‌ترین صنعت تبدیل کرده است؛ زیرا کارکنان به طور مستمر با میهمانان تماس مستقیم دارند (یئونگ، ۲۰۱۴، ۲۱۵). اینکه قضاوت‌های اخلاقی میهمانان می‌تواند به عنوان عامل اصلی ارزیابی خدمات ارائه شده توسط هتل‌ها باشد، خود میهمانان هتل نیز می‌توانند بطور ماهرانه‌ای از طریق شکایت و یا پذیرش رفتارهای خاصی از کارکنان بر استانداردهای اخلاقی آنها تاثیر گذار باشند (لاولاک<sup>۱</sup>، ۱۹۸۳، وانگ، ۲۰۰۰، ۱۲۲).

از این رو مسئله و هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی شکاف اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در صنعت هتلداری در هتل‌های بین‌المللی پارسیان استان مازندران، شامل: هتل‌های پارسیان آزادی رامسر (چهار ستاره)، و پارسیان آزادی خزر (پنج ستاره)، می‌باشد. با توجه به مسئله و هدف اصلی، تحقیق حاضر بدنبال پاسخ به چهار سوال زیر می‌باشد:

۱- میزان شکاف میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها به چه اندازه می‌باشد؟

۲- وزن (اهمیت) ابعاد اخلاق سازمانی (کلامی و حاکم) از دیدگاه کارکنان و میهمانان در هتل‌ها به چه میزانی است؟

۳- میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟

۴- میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی میهمانان و اخلاق سازمانی حاکم در هتل‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### مبانی نظری و مدل مفهومی تحقیق

می‌توان اخلاق در خدمات گردشگری را مفهومی بنیادی از آنچه متخصصان گردشگری، بطور کلی و تلویحا، بعنوان رفتار اصولی می‌پذیرند و درک می‌کنند، در نظر گرفت (هاسی و همکاران، ۲۰۱۰، ۷-۸). در تعریفی دیگر مدلیک<sup>۱</sup> اخلاق در صنعت گردشگری را در قالب کدهای رفتاری<sup>۲</sup> تعریف می‌کند و آنها را دستورالعمل‌هایی دانسته که در قالب استانداردهایی، باید توسط افراد یک حرفه در فعالیت‌هایشان اعمال شود (مدلیک، ۲۰۰۳: ۳۸). دستورالعمل‌ها و سیاست‌های شفاف برای اخلاق کاری اهمیت دارد و می‌بایست به درستی به کارکنان انتقال داده شود (یئونگ، ۲۰۱۴، ۲۱۶). استانداردهای اخلاقی و رفتارهای ارائه دهندگان مستقیم خدمات از اجزای مهم در صنعت هتلداری محسوب می‌گردد (وانگ، ۱۹۹۸، ۱۰۷). کدهای اخلاقی در هتل‌ها، اغلب تضادهای منافع که متأثر از ویژگی‌های شخصی، روابط مشتری، پرداخت‌ها و هدایا می‌باشد را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند و مبتنی بر این ایده هستند که به لحاظ شناختی، به درک کارکنان از فرهنگ و ارزش‌های سازمانی کمک نمایند (استیونز<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷، ۲۶۱-۲۶۲).

در صنعت هتلداری، رابطه‌ی بین میهمان و میزبان، رابطه‌ی میهمان‌نوازی است و برای اینکه میزبانان آداب میهمان‌نوازی را بدانند بایستی به اصولی مجهز بشوند که آنرا آداب معاشرت و الگوهای رفتاری و در زبان‌های خارجی "اتیک"<sup>۴</sup> می‌نامیم و در جهان امروز این مقوله از آنچنان عظمت و حرمتی برخوردار شده که تبدیل به دانش و علم گردیده است (نصیریان، ۱۳۹۱، ۴۸). واژه‌ی اتیک به معنای اخلاق از واژه‌ی یونانی "اثوس"<sup>۵</sup> به معنای "روشی همیشگی برای رفتار" گرفته شده است و بدین معناست که چه چیزی خوب و چه چیزی بد است؟ (فنل<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶، ۵۴؛ هولجواک، ۲۰۰۸، ۱۰۳۴).

1- Medlik  
2- Code of Conduct  
3- Stevens  
4- Ethics  
5- Ethos  
6- Fennell

برابر با آنچه در ادبیات موضوع آمده است، اخلاق، اصول کلی ای است که فرد را در ارزیابی تصمیمات و یا نمونه‌هایی خاص از رفتار، راهنمایی و هدایت می‌کند (فاکس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰، ۷۰). در واقع، اخلاق نشان دهنده بایدها و نبایدهایی است که کارکنان یک سازمان در جهت تحقق کامل شرایط کمی و کیفی کاری تعهد کرده‌اند که رعایت نمایند. با توجه به این تعریف، اخلاق کار حاکم، عبارتست از مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها که کارکنان یک سازمان در جهت تحقق کامل شرایط کمی و کیفی کاری که تعهد کرده‌اند، عمل را رعایت می‌کنند؛ و اخلاق کار کلامی، که عبارتست از مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها که کارکنان یک سازمان در جهت تحقق کامل شرایط کمی و کیفی کاری که تعهد کرده‌اند، معتقدند که باید رعایت شوند (کیا کجوری و اسحق نيموری، ۱۳۹۳، ۶۰).

مطالعاتی که در زمینه اخلاق سازمانی کارکنان در صنعت هتلداری انجام شده است، از سه دهه‌ی پیش آغاز شده و عمدتاً نیز با رویکرد کیفی بوده است (کنانی، ۲۰۱۳، ۶). بطور مثال وانگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) در پژوهشی تحت عنوان "اخلاق شغلی کارکنان هتل‌ها در هنگ کنگ" چهار بُعد را برای اخلاق کاری کارکنان مشخص نموده است: بدون آسیب<sup>۳</sup> (برقراری تماس تلفنی با اتاق میهمان)، رفتار غیراخلاقی<sup>۴</sup> (پیشنهاد نوشیدنی یا غذای رایگان به دوستان یا آشنایان در رستوران یا لابی هتل)، بهره‌گیری فعالانه<sup>۵</sup> (شکستن شیشه، لیوان یا بشقاب توسط کارکنان و گذاشتن تقصیر برگردن میهمانان و سرزنش آنها)، بهره‌گیری منفعلانه<sup>۶</sup> (دریافت کردن و اعاده‌ی انعام در ازای مرتب و تمیز کردن اتاق میهمان). بررسی‌ها حاکی از آن است که کارکنان هتل، بیشتر دارای خطاهای انحرافی باورهای اخلاقی "بدون آسیب" و "بهره‌گیری منفعلانه" می‌باشند و در نگاهی جزئی‌تر، در مقایسه کارکنان بخش فرانت آفیس<sup>۷</sup> و بازاریابی و فروش با سایر کارکنان (خانه‌داری، انتظامات و حراست، و غذا و نوشابه)، کارکنان بخش فرانت آفیس و بازاریابی و فروش، جهت‌گیری کمتری به لحاظ رفتارهای غیراخلاقی دارند.

در مطالعه‌ی دیگری، وانگ (۲۰۰۰)، اخلاق کارکنان واحدهای پذیرش، خانه‌داری، و غذا و نوشابه هتل را از چهار بُعد شامل: ورود به حریم خصوصی و تعدی به اموال میهمان،

1- Fox

2- Wong

3- No Harm

4- Unethical Behavior

5- Actively Benefiting

6- Passively Benefiting

7- Front office

رفتارهای غیراخلاقی، دریافت هزینه خدمات تکمیلی از میهمان (بهره‌گیری هزینه‌ای)، و مخالفت با قوانین کار، از دیدگاه میهمانان هتل مورد ارزیابی قرار داد. وی دریافت که کارکنان هتل فکر می‌کنند که می‌توانند از هتل و آن هم نسبت به میهمانان (زمینه‌ی غیرقانونی و خاکستری) در جهت منفعت شخصی خود استفاده نمایند؛ درحالی که میهمانان بعنوان مشتری و مصرف‌کننده محسوب می‌شوند. بر اساس یافته‌ها، اولویت نارضایتی میهمانان به ترتیب تعدی به حریم خصوصی و اموال، رفتارهای غیراخلاقی، بهره‌گیری هزینه‌ای، و مخالفت با قوانین کار هتل را در بر می‌گیرد. همچنین به لحاظ جنسیت تفاوت معناداری در ارزیابی اخلاق کارکنان توسط میهمانان وجود دارد، درحالی‌که به لحاظ سن و تحصیلات در برخی از عوامل بصورت گوناگونی ارزیابی شده است.

کیم و میلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۸)، در تحقیقی با موضوع "بررسی گونه‌های جوّ اخلاقی و تاثیرات آن بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی در صنعت گردشگری کشور کره" شش نوع از جوّهای اخلاقی سازمانی در صنعت گردشگری را شناسایی کردند که شامل: مراقبت اخلاقی، قانون و کد، منافع شخصی، کارایی، قوانین، و روحیه تیمی است. همچنین آنها بیان می‌کنند که میزان درک و دریافت کارکنان از این جوّهای اخلاقی بسیار متفاوت می‌باشد و به شرایط فردی (ویژگی‌های جمعیت‌شناختی) و سازمانی بستگی دارد. بطور مثال برای شرایط سازمانی، کارکنانی که در یک هتل بدون کدهای اخلاقی مشغول کارند نسبت به کارکنان یک هتل دارای کدهای اخلاقی و رفتاری، درک کمتری از منافع شخصی جوّ اخلاقی دارند.

در پژوهشی پونو و دیگران (۲۰۰۹)، با استفاده از مدل‌های ویتل و مونکی<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) و وانگ (۱۹۹۸) به بررسی اعتقادات اخلاقی کارکنان هتل در مالزی پرداختند. آنها نقش اعتقادات کارکنان بر پنج بُعد اخلاق کاری شامل: بدون آسیب، رفتار غیراخلاقی، بهره‌گیری فعالانه، بهره‌گیری منفعلانه از طریق اقدامات افتراقی، بهره‌گیری منفعلانه از طریق اقدامات عاری از حس مسئولیت را مورد سنجش قرار دادند. همچنین نقش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، واحد کاری، موقعیت کاری) بر این پنج بُعد مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌داد که میان اعتقادات اخلاقی کارکنان و پنج بعد ارتباط وجود دارد؛ و بالاترین سطح مشکلات اخلاقی مربوط به بهره‌گیری فعالانه بوده

1- Kim & Miller

2- Vitell and Muncy

است. همچنین نتایج حاکی از آن بود که تفاوت معناداری میان پنج بعد و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی وجود نداشت.

تحقیقاتی که در حوزه‌ی نگرش‌ها و ادراک اخلاقی کارکنان هتل‌ها در واحدهای مختلف انجام شده، می‌تواند برای ارزیابی ابعاد و شاخص‌های اخلاقی در صنعت هتلداری مورد استفاد قرار گیرد (کنانی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴، ۴). در راستای سوال اول تحقیق، و تعیین ابعاد مربوط به اخلاق کاری، اسناد و مدارک مربوطه مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند و ابعاد بدین شرح مشخص شدند: دلبستگی و علاقه به کار، پشتکار و جدیت در کار، روابط سالم و انسانی در محل کار، ابتکار عمل، و چالش‌پذیری. بمنظور بررسی این ۵ بُعد، از ۴۳ گویه که بر گرفته از تحقیقات و مدل‌های مختلف اخلاق<sup>۲</sup> می‌باشد، استفاده شد که به تفکیک در جدول (۱) بیان شده است.

جدول (۱) گویه‌های توصیف کننده ابعاد اخلاق سازمانی

گویه‌ها	ابعاد اخلاق سازمانی	ردیف
مورد اعتماد بودن، منضبط و پیرو مقررات بودن در محل کار، پیرو اهداف سازمان بودن، درستکاری و صداقت داشتن در کار، سازگاری داشتن در محل کار، قدرشناس و حق شناس بودن، مفید و کمک کننده بودن در کار، خوش مشرب و دوستانه رفتار کردن در محل کار، تشریک مساعی و مشارکت داشتن در کار، مرتب بودن در کار، با ملاحظه و به فکر دیگران بودن، با وقار و معتدل بودن در کار، ارزش گذاشتن به کار و آبروی دیگران، احساس مسئولیت نسبت به دیگران، لذت بردن از دیدن حضور افراد در اجتماع، اعتماد به افراد برای انجام امور، امانتداری و نامناسب دانستن استفاده از اموال عمومی برای نفع شخصی، فداکاری داشتن در محل کار، سودمند بودن برای خود و دیگران بوسیله کار کردن.	روابط سالم و انسانی با دیگران	۱
بادقت و با احتیاط بودن در محل کار، نکته سنج و وقت شناس بودن در محل کار، علاقه مند بودن به کار خود، اعتراف به اشتباه در صورت خطا در کار، ترک نکردن زودتر از موعد کار.	دلبستگی و علاقه واقعی به کار	۲



۳	پشتکار و جدیت در کار	جاه طلب و بلند همت بودن در محل کار، وظیفه شناس بودن در کار، شکیبیا و صبور بودن در کار، پشت کار داشتن در کار، توانایی در اجرای برنامه‌ریزی‌های کاری خود، سخت کار کردن برای دستیابی به اهداف، سعی در تلف نشدن زمان در کار، تنبلی در کار را گناه شمردن، انجام کارها با بیشترین توانایی.
۴	ابتکار عمل در کار	استقلال داشتن در کار، نوآوری داشتن در کار، حساس و باهوش بودن در کار، پرمایه و کاردان بودن در محل کار، خلاقیت در کار.
۵	چالش‌پذیری	استقبال دوباره از انجام کار جدید، بعد از یکبار شکست، شهامت مواجه شدن با مشکلات در محل کار، یادگیری چیزهای جدید در کار، که به نظر سخت بیاید، استقبال از کاری که به نظر سخت می‌آید، رویارویی با ضرب‌العجل‌ها در کار.

منبع: پتی و هیل<sup>۱</sup>، (۲۰۰۵).

### روابط سالم و انسانی در محل کار

احترام به ارزش‌های انسانی، یکی از معیارها و اصول جهانی اخلاق به شمار می‌آید. روابط انسانی سالم، توان برقراری ارتباط از طریق پذیرفتن وجود شخصیت و ویژگی‌های فردی و همه تفاوت‌هایی که با یک فرد دارند، تعریف می‌شود. در میان کارکنان یک هتل، یکی از جنبه‌های مهم رفتار اخلاقی، برقراری روابط انسانی با همکاران، میهمانان (گردشگران) و همه انسان‌هایی است که در محیط هتل با آنها برخورد می‌کند (وانگک، ۲۰۰۰، ۱۲۲؛ دیمتریو و دیگران، ۲۰۱۱، ۳؛ لی<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۱۴). همچنین میزان قدر-شناس بودن، خوشرویی، ملاحظه‌کاری و مراعات دیگران، مؤدب بودن، رفتار دوستانه داشتن، آراستگی در محل کار، سازگار بودن، تبعیت از مقررات در محل کار و با انضباط بودن در محل کار و... از جمله شاخص‌های روابط سالم هستند (پتی و هیل، ۲۰۰۵).

### دلبستگی و علاقه به کار

خصوصیات مربوط به برآوردن انتظارات و توقعات شغلی را توصیف می‌کند. مشخصات موجود در این مؤلفه، به ملاقات‌های کاری که حداقل انتظارات برای جلب رضایت از کارایی‌های شغلی را برآورده می‌کند، نه لزوماً به زیر بار سنگین مسئولیت

1- Petty & Hill  
2- Lee

رفتن، اشاره می‌کند. علاقه‌مندی به کار، به میزان دقیق بودن در کار، حواس جمع بودن، وقف شدن در کار، وابسته بودن به کار، کارآمد بودن، ثبات رای داشتن، صداقت و شکیبایی در محل کار و وقت‌شناس بودن بستگی دارد (پتی و هیل، ۲۰۰۵). علاقه و دل‌بستگی به کار، کارکنان یک هتل را وادار می‌سازد تا همواره برای تحقق آرمان‌هایی همچون، انجام کار بدون عیب و نقص و در نهایت دقت و صداقت و با نتایج منطقی و نیز در زمان و وقت مناسب، تلاش کنند و همچنین انجام وظایف را بدون نظارت و بررسی عوامل خارجی در نهایت درستی به اتمام برسانند (فولفورد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵؛ ندیری و تانوا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰؛ چنگ و دیگران، ۲۰۱۳، ۱۰۹-۱۱۰).

#### پشتکار و جدیت در کار

اهمیت دادن به کار و همچنین سخت‌کوشی و تلاش که نشان‌دهنده‌ی اعتقاد به انجام کارهای سخت است از ابعاد اخلاق کار اسلام (علی و الاویهان<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸)، و اخلاق کار پروتستان ماکس وبر می‌باشد (میلر<sup>۴</sup> و دیگران، ۲۰۰۲). مهمترین مبنا در سازمان یافتن رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها، تصحیح بینش کارکنان و به سامان در آوردن نوع نگاه آنان به خودشان، مردم، مسئولین و وظایف‌شان بیان می‌شود. برای فایق آمدن بر مشکلات در سر راه سازمانی همچون هتل در مورد اخلاق کارکنان در محیط کار باید به این بعد توجه زیادی داشت (قیصر و سوئینتن<sup>۵</sup>، ۱۹۸۸، ۳۰؛ دیمیتریو، ۲۰۱۱، ۴).

#### ابتکار عمل

ابتکار عمل بیانگر خصوصیتی است که به بالا رفتن از نردبان ترقی در کار کمک می‌کند و به نارضایتی از وضع عملکرد کنونی اشاره می‌کند. مطالعات نشان می‌دهد که این بُعد را می‌توان از طریق ویژگی‌هایی همچون، حساسیت و باهوش بودن، میزان سودمند بودن، میزان پایداری و انطباق پذیر بودن شناخت. همچنین ابتکار عمل را می‌توان در پنج عامل شخصیتی گلدبرگ هم شناسایی کرد. هوشمندی، مسئولیت پذیری، سازگاری، برونگرایی و ثبات عاطفی، پنج عاملی هستند که به میزان قابل توجهی با رفتارهای اخلاقی

1- Fulford

2- Nadiri & Tanova

3- Ali & Al-Owaihian

4- Miller

5- Keiser & Swinton

در ارتباط هستند (پتی و هیل، ۲۰۰۵). رعایت این اصل یعنی ابتکار عمل، همانند نیرویی خواهد بود که باعث افزایش سرعت پیشرفت کارکنان یک هتل می‌شود، و نیز از رکود و بی‌حرکی هتل‌ها جلوگیری می‌کند. ابتکار عمل در انجام وظایف کارکنان به هتل‌ها اجازه می‌دهد که به روز باقی بمانند و به تغییرات در سبک مشتری توجه نشان دهند و با تغییرات بازار همگام باشند (آپچرچ<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸، ۲۲۷؛ بک و دیگران، ۲۰۰۷).

### چالش‌پذیری

بیشتر به این مسئله توجه دارد که افراد در برخورد با پرسش‌ها و مسایل چه عکس-عملی از خود نشان می‌دهند، همچنین به شیوه برخورد افراد با کسانی که متکلب هستند هم توجه دارد (کیاکجوری و اسحق‌نیموری، ۱۳۹۳). برخی از افراد تمایل زیادی به یادگیری دارند و همیشه خود را با کارهای سخت مشغول می‌کنند، و نیز کسانی هم هستند که توجه زیادی به مسائل پیچیده دارند و همیشه خواهان تلاش در جهت انجام کارهای سخت هستند و اگر در کارها با شکست مواجه شدند، از خود مقاومت نشان می‌دهند (ساردی و دیگران، ۲۰۱۰). از طرفی داشتن قاطعیت و ثبات در بین مدیران در یک سازمان سبب افزایش رضایت شغلی کارکنان خواهد شد، که خود منجر به کاهش تنشها و افزایش اثربخشی خواهد می‌شود. اگر کارکنان یک هتل در برخورد با مسائل با قاطعیت رفتار کنند و نسبت به تغییرات از خود مقاومت نشان دهند و آمادگی روبرو شدن با هرگونه چالش را داشته باشند، از جمله کارکنان کارآفرین و کلیدی هتل‌ها خواهند بود (پئونگ و پینس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳).

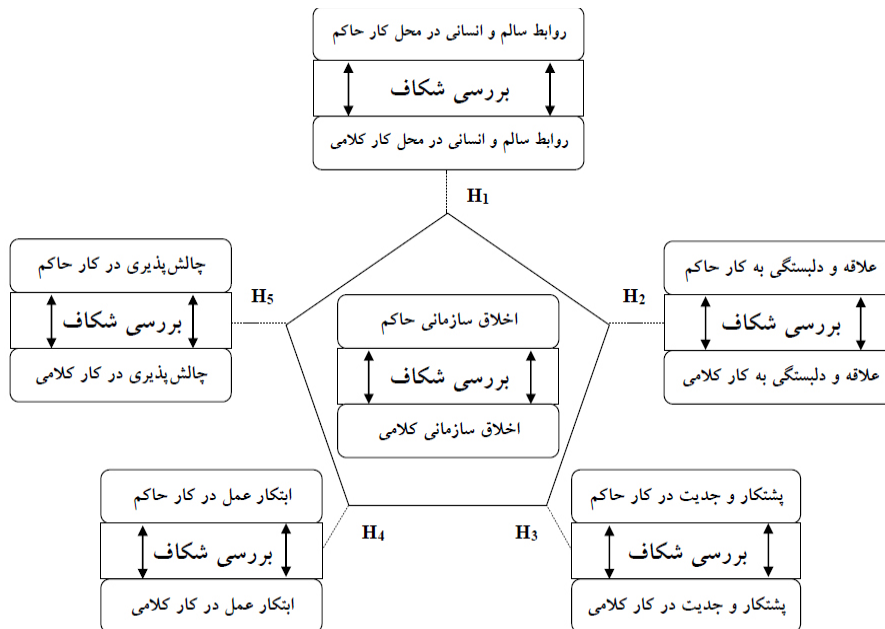
همچنین در راستای پاسخ به سوال دوم تحقیق و تعیین متغیرهای جمعیت‌شناختی، اسناد و مدارک مربوطه مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بدین شرح مشخص شدند: جنسیت، سن، وضعیت تاهل، سطح تحصیلات، و سطح درآمد. مطالعات زیادی نشان داده‌اند که تفاوت زیادی در گرایش اخلاقی در بین زنان و مردان وجود دارد (وانگ، ۲۰۰۰، ۱۲۱؛ جازسای، ۲۰۰۲؛ یامان و گورل<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶؛ ساردی و همکاران، ۲۰۱۰؛ دیمیتریو و همکاران، ۲۰۱۱؛ بسران و وبلی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲؛ کنانی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴، ۳).

1- Upchurch  
2- Yeung & Pines  
3- Yaman & Gurel  
4- Sabrina & Webley  
5- Knani

برخی از مطالعات بیان می کنند که سن افراد با آگاهی های اخلاقی و گرایش به سمت رفتار خوب رابطه ی مستقیمی دارد (وانگ، ۲۰۰۰؛ جازسای، ۲۰۰۲؛ چن و چویی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸؛ دیمتریو و همکاران، ۲۰۱۱، ۶؛ نریمانی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲؛ لی و تسانگ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳؛ چنگ و دیگران، ۲۰۱۳؛ کنانی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴، ۳). در گروه سنی جوانان (۱۸-۲۰ و ۲۱-۲۵) سطح بالایی از انحراف و فعالیت های غیراخلاقی وجود دارد (وانگ، ۱۹۹۸، ۱۱۱؛ پونو و دیگران، ۲۰۰۹، ۴۳۰)؛ درحالی که افراد با سن بالا اخلاق کاری خوبی دارند (ایون و هوآنگ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷، ۷۹۵). همچنین یافته ها نشان می دهد، کارکنان با سطوح تحصیلات بالا، نسبتاً از انجام رفتارهای غیراخلاقی پرهیز می نمایند. بعلاوه یافته ها نشان داد که سطوح مختلف شغلی کارکنان در انجام رفتارهای اخلاقی آنها بی تاثیر است (وانگ، ۱۹۹۸، ۱۱۱؛ وانگ، ۲۰۰۰، ۱۲۱).

گورسوی<sup>۶</sup> و دیگران (۲۰۱۳) در مطالعه ای به بررسی نقش تفاوت های نسلی (نسل انفجار جمعیتی، نسل X و نسل Y) در ارزش های کاری در میان کارکنان خط مقدم و در تعامل با میهمانان پرداختند؛ آنها به هفت بُعد ارزش کاری شامل: محوریت داشتن شغل، عدم سازگاری و پذیرش، چالش های فناوری، تعادل زندگی کاری، رهبری، قدرت، و شناخت و درک دست یافتند. یافته های تحقیق نشان می دهد که میان ارزش های کاری و تفاوت نسلی، تفاوت های معناداری وجود دارد؛ بطوری که کارکنان نسل انفجار جمعیتی به مقام و سلسله مراتب احترام و اهمیت قائل می شوند، درحالی که نسل Y، تمایل به چالش کشیدن مقام و اختیارات دارند. لینز و چو<sup>۷</sup> (۲۰۱۲) در مطالعه ای که به بررسی مقالات با موضوع اخلاق در گردشگری در سال های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ پرداخته بودند، بیان داشتند دو عامل درآمد و وضعیت تاهل بر اخلاق کاری تاثیرگذار خواهد بود. در راستای سوال های تحقیق و مبتنی بر مبانی نظری، پس از ارائه مدل مفهومی در شکل (۱)، فرضیه های تحقیق به شرح زیر مشخص شده اند.

1- Chen & Choi  
2- Narimani  
3- Lee & Tsang  
4- Knani  
5- Iun & Huang  
6- Gursoy  
7- Linz & Chu



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق (منبع: اقتباس و تعدیل کیاکجوری و اسحق‌نیموری، ۱۳۹۳)

فرضیه‌ی اصلی: میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها شکاف وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱: میان روابط سالم و انسانی محیط کار کارکنان هتل‌ها با آنچه در ظاهر ادعا می‌کنند، تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۲: میان دلبستگی و علاقه واقعی به کار کارکنان هتل‌ها با آنچه که در ظاهر ادعا می‌کنند، تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۳: میان پشتکار و جدیت در کار کارکنان در هتل‌ها با آنچه به زبان می‌آورند، تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۴: میان ابتکار عمل در کار کارکنان هتل‌ها با آنچه که خود می‌پندارند، تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۵: میان میزان چالش‌پذیری در کار کارکنان هتل‌ها با آنچه که از خودشان می‌پندارند، تفاوت معناداری وجود دارد.

## روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر بر مبنای دستاورد، از نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت و اهداف از نوع توصیفی-پیمایشی است. همچنین این تحقیق به لحاظ نوع داده‌های مورد استفاده، کمی محسوب می‌شود. قلمرو مکانی این تحقیق در هتل‌های بین‌المللی پارسیان در استان مازندران، شامل: هتل‌های پارسیان آزادی رامسر (چهار ستاره) و پارسیان آزادی خزر (پنج ستاره) بوده است. قلمرو زمانی تحقیق تابستان ۱۳۹۳ می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل دو گروه است: گروه اول شامل کارکنان هتل‌های مذکور که در واحدهای پذیرش، تشریفات و غذاونوشابه، خانه‌داری، حراست و انتظامات مشغول انجام وظیفه می‌باشند و بطور مستقیم به ارائه خدمات به میهمانان می‌پردازند و گروه دوم، شامل میهمانانی ایرانی است که در این هتل‌ها در بازه زمانی مشخص شده، یعنی تابستان ۱۳۹۳، به مدت سه شب اقامت داشتند. برای تعیین حجم دقیق جامعه آماری کارکنان، تعداد کل کارکنان شاغل در واحدهای مورد نظر هتل‌ها مورد بررسی قرار گرفتند، و به تفکیک هر هتل مشخص شدند. جهت تعیین حجم نمونه کارکنان، بدلیل استفاده از سرشماری، تمامی جامعه آماری کارکنان، به عنوان نمونه استفاده شدند که در جدول (۲) به آن اشاره شده است. در ادامه، متناسب با ظرفیت پذیرش هتل‌ها (اتاق‌ها)، نمونه‌گیری از مشتریان در دسترس در هتل‌های مورد نظر انجام شده است. در واقع، برای مشخص نمودن حجم دقیق جامعه آماری میهمانان، استفاده از تعداد اتاق‌های هتل‌ها مناسب دانسته شد. از آنجاییکه برای هر گروه از میهمانان که یا بصورت خانواده، یا جمعی از دوستان و یا یک گروه، در یک اتاق اقامت دارند، یک سرپرست، رهبر یا راهنما وجود دارد؛ از این رو از افرادی که در یک اتاق حضور داشتند، تنها یک نفر به نمایندگی از آنها در جامعه آماری میهمانان قرار گرفت. همچنین شرایط لازم دیگر برای قرار گرفتن در دامنه جامعه آماری میهمانان، سه شب اقامت در بازه‌ی زمانی مشخص و نیز ایرانی بودن میهمانان می‌باشد. با توجه به شرایط توضیح داده شده، و بررسی تعداد میهمان‌ها با ویژگی‌های مذکور در سال‌های قبل، تعداد جامعه آماری میهمانان هتل پارسیان آزادی رامسر ۱۶۴ نفر و هتل پارسیان آزادی خزر ۱۶۳ نفر بدست آمد. جهت تعیین حجم نمونه میهمانان، از فرمول کوکران<sup>۱</sup> و برای تخصیص

$$1 - \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

(حجم نمونه n=، حجم جامعه N=، Z=1.96، p=q=0.5، d=0.05)

میزان قابل قبولی از نمونه میهمانان برای هر هتل، روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس بکار گرفته شد که در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۲) تعیین حجم جامعه آماری و حجم نمونه کارکنان و میهمانان ایرانی هتل‌های بین‌المللی پارسیان در استان مازندران

ردیف	نام هتل	درجه (ستاره)	موقعیت	حجم کل کارکنان (جامعه آماری)	حجم نمونه کارکنان	جامعه آماری میهمانان	حجم نمونه میهمانان
۱	پارسیان آزادی رامسر	****	رامسر	۹۰	۹۰	۱۶۴	۱۱۵
۲	پارسیان آزادی خزر (هایت)	*****	نمک آبرود- چالوس	۱۱۵	۱۱۵	۱۶۳	۱۱۴

با توجه به اینکه استفاده از ابزارها و منابع چندگانه در تحقیقات باعث افزایش قدرت آنها می‌شود (ین، ۱۳۸۱، ۱۴۲)، لذا در این تحقیق با استفاده از ابزارهای (۱) اسناد و مدارک و (۲) پرسشنامه، مطالب و داده‌های لازم جمع‌آوری شدند. ابزار اندازه‌گیری در تحقیق، دو پرسشنامه بوده که هر کدام شامل دو بخش است: بخش اول سوالات، مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان و میهمانان داخلی است و بخش دوم شامل ۴۳ گویه در مقیاس (۱۰-۱) گزینه‌ای است؛ یکی از پرسشنامه‌ها جهت ارزیابی اخلاق کار حاکم بوده و توسط میهمانان پاسخ داده شد؛ در واقع دیدگاه میهمانان نسبت به اخلاق کاری کارکنان سنجیده شد. و دیگری جهت سنجش اخلاق کار کلامی بوده که توسط کارکنان پاسخ داده شده است؛ یعنی نظر خود کارکنان درباره‌ی خودشان و رعایت اخلاق کار توسط آنها مورد بررسی قرار گرفت؛ بدین معنی که برای بررسی ابعاد اخلاق سازمانی حاکم و کلامی، از ۴۳ گویه‌ی مشابه استفاده گردید، با این تفاوت که برای سنجش اخلاق سازمانی

حاکم که از دیدگاه میهمانان می‌باشد، سوال مورد نظر بدین گونه مطرح شده است که "در مدت زمان اقامت خود، در هتل مورد نظر، کارمندان تا چه میزان به اصول مشخص شده پایبند بوده‌اند؟" و برای سنجش اخلاق سازمانی کلامی از دیدگاه کارکنان می‌باشد، سوال مورد نظر این گونه بوده است که "شما به عنوان یک کارمند در محیط کار و انجام وظایف شغلی‌تان به چه میزان به اصول مشخص شده پایبند هستید؟" و در نهایت شکاف و تفاوت میان این دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفت.

ابعاد و سؤالات پرسشنامه، از چهار مدل اخلاق کار (مدل سنجش اخلاق کار حرفه‌ای<sup>۱</sup>، اخلاق کار پروتستان<sup>۲</sup>، اخلاق کار اسلامی<sup>۳</sup>، و مدل گرایش اخلاقی) (پتی، ۱۹۹۱؛ پتی و هیل، ۲۰۰۵)، و همچنین یک پرسشنامه‌ی استاندارد<sup>۴</sup> در زمینه‌ی اخلاق کاری حاکم و کلامی در سازمان‌های دولتی و نیز پرسشنامه‌های استاندارد<sup>۵</sup> در زمینه‌ی اخلاق حرفه‌ای در صنعت هتلداری (ویتل و مونکی، ۱۹۹۲؛ وانگ، ۱۹۸۸؛ وانگ، ۲۰۰۰؛ پونو و دیگران، ۲۰۰۹) بدست آمده است. به منظور تنظیم و بومی‌سازی دو پرسشنامه، از رویه بهره‌گیری از نظرات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شد. بدین منظور، پرسشنامه‌های مذکور، ابتدا در اختیار ۲۰ نفر از اساتید و خبرگان قرار گرفت آنگاه پس از اخذ نظرات اصلاحی و تعدیل موادی از آنها، در اختیار تعداد ۳۵ نفر از اعضای جامعه آماری (هم کارکنان و هم میهمانان) بعنوان نمونه مقدماتی قرار گرفت و نظرات اصلاحی آنها نیز اخذ و از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. آنگاه پرسشنامه‌های نهایی برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

جهت تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. اگرچه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید ۰/۷ باشد اما مقدار ۰/۶ و حتی ۰/۵۵ نیز قابل قبول و پذیرش است (وندوون و فرای<sup>۶</sup>، ۱۹۷۹؛ نونالی<sup>۷</sup>، ۱۹۷۸). در تحقیق حاضر،

1- Occupational Work Ethic Inventory (OWEI)

2- Protestant Work Ethic (PWE)

3- Islamic Work Ethic (IWE)

۴- این دو پرسشنامه توسط کیاکجوری و اسحق‌نیموری (۱۳۹۳) مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۵- این پرسشنامه توسط ویتل و مونکی در سال (۱۹۹۲) جهت انجام کار تحقیقاتی با عنوان "اخلاق مصرف‌کننده: بررسی تجربی عوامل تاثیرگذار بر قضاوت‌های اخلاقی مصرف‌کننده‌ی نهایی" طراحی و مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین این پرسش‌نامه با کمی تغییر توسط وانگ (۱۹۹۸؛ ۲۰۰۰) در پژوهشی با عنوان "اخلاق کاری کارکنان در صنعت هتلداری هنگ کنگ" مورد استفاده قرار گرفت. از ابعاد این دو پرسشنامه بوسیله‌ی پونو و دیگران (۲۰۰۹) با تعدیل و اصلاح استفاده شد.

6- Van de ven & Ferry

7- Nunnally



مقدار پایایی همه‌ی متغیرها در پرسشنامه‌ی کلامی و حاکم بیشتر از ۰/۸ بوده که در جدول (۳) به آن اشاره شده است.

جدول (۳) پایایی متغیرهای اخلاق کار- ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های پرسشنامه‌های تحقیق

کل	چالش- پذیري	ابتکار عمل در کار	پشتکار و جدیت در کار	دلبستگی و علاقه به کار	روابط سالم و انسانی	ابعاد	
۴۳	۵	۵	۹	۵	۱۹	تعداد گزینه‌ها	
۰/۹۲۰	۰/۸۵۴	۰/۹۸۸	۰/۹۰۸	۰/۸۹۱	۰/۸۸۹	پرسشنامه اخلاق کلامی	آلفای کرونباخ
۰/۹۵۹	۰/۹۴۵	۰/۹۱۴	۰/۹۳۷	۰/۸۷۸	۰/۹۰۵	پرسشنامه اخلاق حاکم	

تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در دو سطح توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم- افزارهای اسپاس اس ۲۲ و لیزرل ۸/۸ انجام گردیده است. در سطح توصیفی، با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی و درصد به توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه‌ی پژوهشی پرداخته شد و در سطح استنباطی، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های تی نمونه‌های مستقل، تحلیل واریانس یکطرفه به همراه پس‌آزمون‌های بونفرونی<sup>۱</sup> و شفه<sup>۲</sup> و نیز برای وزن‌دهی به ابعاد اخلاق سازمانی از روش آنتروپی استفاده گردیده است.

### یافته‌ها و تجزیه و تحلیل

همان‌طور که گفته شد، یافته‌های تحقیق در دو بخش ارائه شده است: بخش اول مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی می‌باشد که در جدول (۴) مشخص شده است.

1- Bonferroni  
2- Scheffe

جدول (۴) تحلیل توصیفی پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های جمعیت شناختی

گروه آماری														گروه آماری		
سطح درآمد (میلیون ریال)			سطح تحصیلات					وضعیت تاهل		سن (سال)				جنسیت		ویژگی‌های جمعیت-شناختی
بیشتر از ۲۰	۱۵-۲۰	۸/۵-۱۵	دکتر	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم و کمتر	متاهل	مجرد	۵۰ به بالا	۴۱-۵۰	۳۱-۴۰	۲۰-۳۰	مرد	زن	توصیف بر حسب
۶	۵۰	۱۴۹	۰	۱۸	۳۲	۶۰	۹۵	۱۳۸	۶۷	۲۹	۵۳	۶۴	۵۹	۱۳۱	۷۴	فراوانی
۲۰۵			۲۰۵					۲۰۵		۲۰۵				۲۰۵		جمع فراوانی
۴	۲۴	۷۳	۰	۹	۱۶	۲۹	۴۶	۶۷	۳۳	۱۴	۲۶	۳۱	۲۹	۳۶	۶۴	درصد فراوانی
۱۰۰			۱۰۰					۱۰۰		۱۰۰				۱۰۰		جمع درصد فراوانی
گروه میهمانان														گروه آماری		
سطح درآمد (میلیون ریال)			سطح تحصیلات					وضعیت تاهل		سن (سال)				جنسیت		ویژگی‌ها
بیشتر از ۲۰	۱۵-۲۰	۸/۵-۱۵	دکتر	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم و کمتر	متاهل	مجرد	۵۰ به بالا	۴۱-۵۰	۳۱-۴۰	۲۰-۳۰	مرد	زن	توصیف بر حسب
۹۲	۸۳	۵۴	۲۲	۲۴	۹۹	۴۱	۴۳	۱۵۳	۷۶	۴۳	۵۰	۵۸	۷۸	۱۲۷	۱۰۲	فراوانی
۲۲۹			۲۲۹					۲۲۹		۲۲۹				۲۲۹		جمع فراوانی
۶۰	۳۶	۲۴	۹	۱۱	۴۳	۱۸	۱۹	۶۷	۳۳	۱۹	۲۲	۲۵	۳۴	۵۵/۵	۴۵/۵	درصد فراوانی
۱۰۰			۱۰۰					۱۰۰		۱۰۰				۱۰۰		جمع درصد فراوانی

در بخش دوم برای تعیین میزان شکاف بین اخلاق کاری حاکم و اخلاق کاری کلامی به بررسی فرضیات از طریق آزمون مقایسه‌ی دو میانگین مستقل که شامل آزمون لون<sup>۱</sup> واریانس‌های برابر و آزمون برابری میانگین تی می‌باشد، پرداخته شده است. با توجه به آزمون لون، هرگاه مقدار سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ باشد، فرض برابری واریانس‌ها (نتایج سطر اول)، و اگر مقدار سطح معناداری کمتر از یا برابر با ۰/۰۵ باشد، فرض عدم برابری واریانس‌ها (نتایج سطر اول) پذیرفته می‌شود. با توجه به پذیرش یکی از این دو سطح، زمانیکه سطح معنی‌داری آزمون برابری میانگین کمتر از ۰/۰۵ باشد، می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که واریانس‌های دو جامعه نابرابرند و بر این اساس بین امتیاز جامعه‌ی اول و دوم تفاوت معنادار وجود دارد (کیاکجوری و کیاکجوری، ۱۳۹۳، ۳۵۸؛ اخوان‌مهدی، ۱۳۹۳، ۲۰۱). نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ی اصلی و فرضیات فرعی در جدول‌های (۵) و (۶) نشان داده شده است.

جدول (۵) داده‌ها و شاخص‌های توصیفی برای متغیرهای اخلاق کار

متغیرهای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان)	میانگین		متغیرهای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان)
	انحراف معیار	انحراف معیار	
روابط سالم و انسانی	۱۶۵/۸۶۳۴	۱۴۴/۹۲۱۴	روابط سالم و انسانی
	۱۴/۴۹۲۰۸	۲۰/۲۶۴۹۸	
دلبستگی و علاقه به کار	۴۲/۹۹۰۲	۳۶/۳۳۱۹	دلبستگی و علاقه به کار
	۵/۰۳۶۱۳	۶/۱۶۸۹۶	
پشتکار و جدیت در کار	۷۸/۱۴۶۳	۶۶/۴۳۶۷	پشتکار و جدیت در کار
	۸/۳۶۸۲۴	۱۰/۰۸۳۰۶	
ابتکار عمل در کار	۴۲/۶۴۸۸	۳۵/۸۶۰۳	ابتکار عمل در کار
	۵/۷۶۹۵۶	۶/۳۳۸۲۵	
چالش‌پذیری در کار	۴۳/۱۶۱۰	۳۶/۱۲۶۶	چالش‌پذیری در کار
	۵/۴۹۳۱۷	۵/۶۱۷۶۹	
اخلاق کلامی	۳۷۲/۸۰۹۸	۳۱۹/۶۷۶۹	اخلاق حاکم
	۳۰/۰۳۵۸۹	۴۵/۸۲۱۲۶	

جدول (۶) آزمون تی دو جامعه مستقل

با اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون مقایسه میانگین					آزمون لون		ابعاد	
حد بالا	حد پایین	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین	سطح معناداری (دودامنه)	درجه آزادی	آزمون تی	سطح معناداری	آزمون فیشر		
-۱۷/۶۴۲۲۸	-۲۴/۲۴۱۷۶	۱/۶۷۸۶۳	-۲۰/۹۴۲۰۲	۰/۰۰۰	۴۱۲/۴۶۵	-۱۲/۴۷۶	۰/۰۰۰	۲۱/۷۰۹	عدم برابری واریانس‌ها	روابط سالم
-۵/۶۰۰۰۸	-۷/۷۱۶۶۵	۰/۵۳۸۳۷	-۶/۶۵۸۳۷	۰/۰۰۰	۴۲۹/۵۲۹	-۱۲/۳۶۶	۰/۰۱۰	۶/۶۸۸	عدم برابری واریانس‌ها	دلبستگی به کار
-۹/۹۶۷۶۰	-۱۳/۴۵۱۷۲	۰/۸۸۶۳۲	-۱۱/۷۰۹۶۶	۰/۰۰۰	۴۲۹/۵۹۲	-۱۳/۲۱۲	۰/۰۲۶	۵/۰۲۰	عدم برابری واریانس‌ها	پشتکار در کار
-۵/۶۴۰۲۱	-۷/۹۳۶۸۳	۰/۵۸۴۲۴	-۶/۷۸۸۵۲	۰/۰۰۰	۴۳۲	-۱۱/۶۱۹	۰/۶۸۴	۰/۱۶۶	برابری واریانس‌ها	ابتکار عمل
-۵/۹۸۵۰۳	-۸/۰۸۳۶۴	۰/۵۳۳۸۶	-۷/۰۳۴۳۴	۰/۰۰۰	۴۲۸/۶۳۴	۱۳/۱۷۶	۰/۰۲۷	۴/۹۴۷	عدم برابری واریانس‌ها	چالش- پذیری
-۴۵/۸۹۱۰۱	-۶۰/۳۷۴۷۹	۳/۶۸۳۶۵	-۵۳/۱۳۲۹۰	۰/۰۰۰	۳۹۷/۱۴۱	-۱۴/۴۲۴	۰/۰۰۰	۲۸/۰۴۹	عدم برابری واریانس‌ها	متغیر اخلاق

با توجه به نتایج جدول (۶)، آزمون اول، آزمون لون است که مربوط به فرض برابری و یا عدم برابری واریانس‌ها می‌باشد و بطور جداگانه مشخص شده است که در مورد متغیر ابتکار عمل در کار فرض برابری واریانس‌ها (نتایج سطر اول برای آزمون دوم)، و در مورد متغیرهای روابط سالم و انسانی در کار، دلبستگی و علاقه به کار، پشتکار و جدیت در کار، چالش‌پذیری و متغیر کلی اخلاق فرض عدم برابری واریانس‌ها (نتایج سطر دوم برای آزمون دوم) پذیرفته شد؛ یعنی با توجه به اطلاعات، واریانس متغیر ابتکار عمل در کار در بین کارکنان و میهمانان با هم برابر است و واریانس متغیرهای روابط سالم و انسانی در کار، دلبستگی و علاقه به کار، پشتکار و جدیت در کار، چالش‌پذیری و متغیر کلی اخلاق در بین کارکنان و میهمانان با هم برابر نمی‌باشد. آزمون دوم، آزمون مقایسه‌ی میانگین‌ها است که با توجه به نتایج آزمون اول (برابری و یا عدم برابری واریانس‌ها بمنظور تعیین سطر اطلاعاتی مناسب) و سطح معناداری دو دامنه بررسی می‌شود. با توجه به جدول (۶) و اینکه مقدار سطح معناداری برای همه‌ی متغیرها کمتر از  $0/05$  و برابر با  $0/000 = -2$  Sig. (tailed) می‌باشد، می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که فرضیه‌ی اصلی تحقیق و تمامی فرضیه‌های فرعی تایید شدند؛ بنابراین ادعای تفاوت معناداری، میان روابط سالم و انسانی حاکم بر کارکنان در محیط کار با روابطی که در ظاهر ادعا می‌کنند (فرضیه‌ی فرعی اول)، میان دلبستگی و علاقه واقعی به کار با آنچه که در ظاهر ادعا می‌کنند (فرضیه‌ی فرعی دوم)، میان پشتکار و جدیت در کار کارکنان در هتل‌ها با آنچه به زبان می‌آورند (فرضیه‌ی فرعی سوم)، میان ابتکار عمل در کار کارکنان هتل‌ها با آنچه که خود می‌پندارند (فرضیه‌ی فرعی چهارم)، و همچنین میان میزان چالش‌پذیری در کار کارکنان هتل‌ها با آنچه که از خودشان می‌پندارند (فرضیه‌ی فرعی پنجم)، تایید می‌شود. همچنین، با توجه به یافته‌ها می‌توان ادعا نمود که میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها شکاف وجود دارد (فرضیه‌ی اصلی)، به این ترتیب که تصویری که کارکنان از اخلاق خود دارند بیشتر از چیزی است که میهمانان از اخلاق و رفتار کارکنان تجربه کرده‌اند.

همچنین شکاف بین اخلاق کاری حاکم و اخلاق کاری کلامی و ابعاد آنها در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر بررسی شده است. یافته‌های مربوط به مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر نشان می‌دهد که میان ابعاد اخلاق کاری حاکم و ابعاد اخلاق کلامی، شکاف و تفاوت وجود دارد که در جدول (۷) و (۸) ارائه شده است.

جدول (۷) داده‌ها و شاخص‌های توصیفی برای متغیرهای اخلاق کار

متغیرهای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان)	میانگین		متغیرهای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان)	میانگین	
	انحراف معیار			انحراف معیار	
روابط سالم و انسانی	۱۴۶/۶۳۴۸		روابط سالم و انسانی	۱۶۵/۳۶۶۷	
	۲۰/۶۵۲۲۳			۱۴/۵۷۲۹۱	
دلبستگی و علاقه به کار	۳۶/۷۳۹۱		دلبستگی و علاقه به کار	۴۳/۱۲۲۲	
	۶/۰۶۲۶۷			۵/۱۰۰۸۴	
پشتکار و جدیت در کار	۶۶/۷۲۱۷		پشتکار و جدیت در کار	۷۷/۸۷۷۸	
	۱۰/۲۸۹۲۸			۸/۲۰۲۲۶	
ابتکار عمل در کار	۳۶/۲۶۰۹		ابتکار عمل در کار	۴۲/۹۱۱۱	
	۶/۴۱۸۲۹			۵/۷۲۳۲۹	
چالش‌پذیری در کار	۳۶/۴۰۰۰		چالش‌پذیری در کار	۴۳/۴۱۱۱	
	۵/۹۲۳۱۹			۵/۳۷۱۳۶	
اخلاق حاکم	۳۲۲/۷۵۶۵		اخلاق کلامی	۳۷۲/۶۸۸۹	
	۴۶/۴۱۶۸۰			۲۸/۹۹۵۴۱	

جدول (۸) آزمون تی دو جامعه مستقل

با اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون مقایسه میانگین					آزمون لون		ابعاد	
حد بالا	حد پایین	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین	سطح معناداری (دودامنه)	درجه آزادی	آزمون تی	سطح معناداری	آزمون فیشر		
-۱۳/۸۷۴۴	-۲۳/۵۸۹۳۷	۲/۴۶۳۴۳	-۱۸/۷۳۱۸۸	۰/۰۰۰	۲۰۰/۹۹۳	-۷/۶۰۴	۰/۰۰۰	۱۶/۰۷۵	عدم برابری واریانس‌ها	روابط سالم
-۴/۸۱۲۱۷	-۷/۹۵۴۰۲	۰/۷۹۶۷۳	-۶/۳۸۳۰۹	۰/۰۰۰	۲۰۳	-۸/۰۱۲	۰/۱۱۹	۲/۴۵۲	برابری واریانس‌ها	دل‌بستگی به کار
-۸/۶۰۹۴۴	-۱۳/۷۰۲۶۴	۱/۲۹۱۵۶	-۱۱/۱۵۶۰۴	۰/۰۰۰	۲۰۲/۹۲۲	-۸/۶۳۸	۰/۰۴۷	۳/۹۸۱	عدم برابری واریانس‌ها	پشتکار در کار
-۴/۹۵۱۰۷	-۸/۳۴۹۴۲	۰/۸۶۱۷۷	-۶/۶۵۰۲۴	۰/۰۰۰	۲۰۳	-۷/۷۱۷	۰/۹۳۲	۰/۰۰۷	برابری واریانس‌ها	ابتکار عمل
-۵/۴۳۲۷۷	-۸/۵۸۹۴۵	۰/۸۰۰۴۹	-۷/۰۱۱۱۱	۰/۰۰۰	۲۰۳	-۸/۷۵۹	۰/۷۷۲	۰/۰۸۴	برابری واریانس‌ها	چالش-پذیری
-۳۹/۴۸۱۹۴	-۶۰/۳۸۲۸۰	۵/۲۹۸۷۲	-۴۹/۹۳۲۳۷	۰/۰۰۰	۱۹۴/۱۸۷	-۹/۴۲۳	۰/۰۰۰	۲۰/۱۶۰	عدم برابری واریانس‌ها	متغیر اخلاق

یافته‌های مربوط به هتل پارسیان آزادی خزر نشان می‌دهد که میان ابعاد اخلاق کاری حاکم و ابعاد اخلاق کلامی، شکاف و تفاوت وجود دارد که در جدول (۹) و (۱۰) ارائه شده است، یعنی تصویری که کارکنان هتل پارسیان آزادی خزر از اخلاق خود دارند بیشتر از چیزی است که میهمانان از اخلاق و رفتار کارکنان تجربه کرده‌اند.

جدول (۹) داده‌ها و شاخص‌های توصیفی برای متغیرهای اخلاق کار

متغیرهای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان)	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	متغیرهای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان)
روابط سالم و انسانی	۱۶۶/۲۵۲۲	۱۴۳/۱۹۳۰	روابط سالم و انسانی
	۱۴/۴۸۰۳۸	۱۹/۸۰۶۹۸	
دلبستگی و علاقه به کار	۴۲/۸۸۷۰	۳۵/۹۲۱۱	دلبستگی و علاقه به کار
	/۰۰۴۸۵	۶/۲۷۴۱۸	
پشتکار و جدیت در کار	۷۸/۳۵۶۵	۶۶/۱۴۹۱	پشتکار و جدیت در کار
	۸/۵۲۵۷۰	۹/۹۰۷۷۴	
ابتکار عمل در کار	۴۲/۴۴۳۵	۳۵/۴۵۶۱	ابتکار عمل در کار
	۵/۸۲۲۲۱	۶/۲۵۸۶۴	
چالش‌پذیری در کار	۴۲/۹۶۵۲	۳۵/۸۵۰۹	چالش‌پذیری در کار
	۵/۶۰۲۲۱	۵/۳۰۳۵۸	
اخلاق کلامی	۳۷۲/۹۰۴۳	۳۱۶/۵۷۰۲	اخلاق حاکم
	۳۰/۹۵۱۵۷	۴۵/۲۰۳۵۶	



جدول (۱۰) آزمون تی دو جامعه مستقل

با اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون مقایسه میانگین					آزمون لون		ابعاد	
حد بالا	حد پایین	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین	سطح معناداری (دودامنه)	درجه آزادی	آزمون تی	سطح معناداری	آزمون فیشر		
-۱۸/۵۳۵۶۱	-۲۷/۵۸۲۲۷	۲/۲۹۴۴۹	-۲۳/۰۵۹۱۹	۰/۰۰۰	۲۰۶/۸۹۳	-۱۰/۰۵	۰/۰۱۴	۶/۱۲۸	عدم برابری واریانس‌ها	روابط سالم
-۵/۴۸۶۸۱	-۸/۴۴۵۰۰	۰/۷۵۰۴۲	-۶/۹۶۵۹۰	۰/۰۰۰	۲۱۵/۵۱۸	-۹/۲۸۳	۰/۰۴۹	۳/۹۲۳	عدم برابری واریانس‌ها	دلبستگی به کار
-۹/۸۰۱۱۷	-۱۴/۶۱۳۶۳	۱/۲۲۱۱۵	-۱۲/۲۰۷۴۰	۰/۰۰۰	۲۲۷	-۹/۹۹۷	۰/۲۵۸	۱/۲۸۶	برابری واریانس‌ها	پشتکار در کار
-۵/۴۱۳۴۷	-۸/۵۶۱۲۰	۰/۷۹۸۷۳	-۶/۹۸۷۳۴	۰/۰۰۰	۲۲۷	-۸/۷۴۸	۰/۵۸۱	۰/۳۰۵	برابری واریانس‌ها	ابتکار عمل
-۵/۶۹۳۸۸	-۸/۵۳۴۸۰	۰/۷۲۰۸۷	-۷/۱۱۴۳۴	۰/۰۰۰	۲۲۶/۵۲۱	-۹/۸۶۹	۰/۰۰۴	۸/۴۳۶	عدم برابری واریانس‌ها	چالش-پذیری
-۴۶/۲۳۰۲۲	-۶۶/۴۳۸۱۳	-۵/۱۲۳۹۳	-۵۶/۳۳۴۱۷	۰/۰۰۰	۱۹۹/۶۸۹	-۱۰/۹۹۴	۰/۰۰۳	۸/۷۶۹	عدم برابری واریانس‌ها	متغیر اخلاق

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها، به مقایسه شکاف میان نظر کارکنان در مورد آنچه که از اخلاق خود در هر یک از ابعاد می‌پندارند، با نظر میهمانان در این خصوص در دو هتل بطور کلی و به تفکیک پرداخته شده است و نتیجه آن در جدول (۱۱) ارائه شده است که تفاوت بین شکاف‌ها را در هر یک از ابعاد می‌سنجد.

جدول (۱۱) مقایسه شکاف میان ابعاد اخلاق سازمانی

متغیر اخلاق	چالش پذیری در کار	ابتکار عمل در کار	جدیت و پشتکار در کار	دلبستگی و علاقه به کار	روابط سالم و انسانی در محیط کار	ابعاد	میانگین
۵۳/۱۳۲۹	۷/۰۳۴۴	۶/۷۸۸۵	۱۱/۷۰۹۶	۶/۶۵۸۳	۲۰/۹۴۲	هتل‌های بین‌المللی پارسیان مازندران	
۴۹/۹۳۲۴	۷/۰۱۱۱	۶/۶۵۰۲	۱۱/۱۵۶۱	۶/۳۸۳۱	۱۸/۷۳۱۹	مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر	
۵۶/۳۳۴۱	۷/۱۱۴۳	۶/۹۶۷۴	۱۲/۲۰۷۴	۶/۹۸۵۹	۲۳/۰۵۹۲	هتل پارسیان آزادی خزر	

در ادامه بخش دوم، به سوال دوم پاسخ داده شده است. ساختار هر پدیده متشکل از ابعاد، عناصر و مؤلفه‌های مختلفی است. هر یک از این ابعاد و عناصر سهم و وزن متفاوتی در شکل‌دهی و ساخت‌یابی آن پدیده بر عهده دارند. از این رو مطالعه و تحلیل هر پدیده بایستی مبتنی بر شناسایی وزن و سهم هر یک از این عناصر و ابعاد باشد. جهت شناخت سهم و وزن هر یک از ابعاد و مؤلفه‌های اخلاق کاری از روش آنالیز استفاده شد. نتایج دیدگاه‌های کارکنان و میهمانان نسبت به میزان اهمیت و وزن ابعاد اخلاق کلامی و حاکم، بطور کلی در در هتل‌های پارسیان آزادی مازندران و به تفکیک در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر در جدول (۱۲) نشان داده شده است. نتایج نشان دهنده این موضوع می‌باشد که بطور کلی در هتل‌ها از دیدگاه کارکنان، روابط سالم و انسانی در محیط کار، جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، چالش‌پذیری در کار، ابتکار عمل در کار، و چالش‌پذیری در کار، به ترتیب دارای بیشترین به کمترین وزن در اخلاق کلامی و از دیدگاه میهمانان، جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، ابتکار عمل در کار، روابط سالم و انسانی در محیط کار، و چالش‌پذیری در کار به ترتیب دارای بیشترین به کمترین وزن در اخلاق حاکم می‌باشند.

بعلاوه نتایج مربوط به هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر ارایه شده است.

جدول (۱۲) وزن ابعاد اخلاق سازمانی از دیدگاه کارکنان و میهمانان

دیدگاه کارکنان			دیدگاه میهمانان			هتل‌های بین‌المللی پارسیان آزادی رامسرداران
رتبه	ابعاد	وزن	رتبه	ابعاد	وزن	
۱	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۲۳۷۵۸۲۱	۱	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۴۳۲۸۵۹	هتل‌های بین‌المللی پارسیان آزادی رامسرداران
۲	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۲۷۳۰۵۲	۲	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۲۳۳۰۹۰۴	
۳	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۲۰۹۹۷۵۷	۳	ابتکار عمل در کار	۰/۲۰۲۳۳۹۵	
۴	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۶۸۰۶۸۱	۴	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۱۶۱۱۳۲۱	
۵	ابتکار عمل در کار	۰/۱۶۶۸۷۲۷	۵	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۴۸۷۳۴۷	
۱	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۲۴۰۰۱۶۱	۱	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۵۸۱۴۶۱	مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر
۲	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۳۸۴۴۷۹	۲	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۲۱۹۶۳۵۸	
۳	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۱۸۹۸۶۱۳	۳	ابتکار عمل در کار	۰/۲۰۵۸۳۹۵	
۴	ابتکار عمل در کار	۰/۱۸۷۷۸۲۲	۴	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۱۵۱۱۶۳۳	
۵	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۵۳۵۰۰۴	۵	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۴۱۰۰۳۴	
۱	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۲۳۵۱۴۸۲۱۶	۱	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۲۴۶۵۴۵۱۱۹	هتل پارسیان آزادی خزر
۲	دلبستگی و علاقه به کار	۰/۲۳۰۰۹۰۱۵۴	۲	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۲۸۱۱۰۹۲۳	
۳	جدیت و پشتکار در کار	۰/۲۱۶۱۶۲۵۴	۳	ابتکار عمل در کار	۰/۱۹۸۸۳۹۶۷۴	
۴	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۸۲۶۳۵۸۲۳	۴	روابط سالم و انسانی در محیط کار	۰/۱۷۱۱۰۰۹۰۱	
۵	ابتکار عمل در کار	۰/۱۴۵۹۶۳۲۶۸	۵	چالش‌پذیری در کار	۰/۱۵۶۴۶۶۰۱۳	

حال که مشخص شده است میان اخلاق کار کلامی و اخلاق کار حاکم، شکاف وجود دارد، و نیز میزان این شکاف به تفکیک در هر یک از ابعاد اخلاق سازمانی اندازه‌گیری

شده است، و همچنین اهمیت وزن ابعاد از دیدگاه کارکنان و میهمانان سنجیده شد، در ادامه به بررسی میزان تاثیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بر شکاف بین اخلاق کاری حاکم و اخلاق کاری کلامی در هتل‌های پارسیان آزادی مازندران بطور کلی و مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر به تفکیک می‌پردازیم. این بخش مربوط به پاسخ به سوال سوم و چهارم می‌باشد که از آزمون‌های مقایسه‌ی میانگین دو جامعه و آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شده است.

#### رابطه جنسیت کارکنان هتل‌ها با اخلاق سازمانی کلامی

با توجه به جدول (۱۳)، آزمون لون مربوط به برابری واریانس‌ها با مقدار  $0/007$  برای آماره‌ی  $F$  و با معیار تصمیم ( $Sig = 0/931$ ) نشان می‌دهد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید است؛ یعنی واریانس اخلاق کلامی در بین کارکنان مرد و زن با یکدیگر برابر است. سطح معنی‌داری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، بیشتر از  $0/050$  است و برابر است با ( $Sig. (2-tailed) = 0/900$ )، بنابراین بین جنسیت کارکنان هتل‌های پارسیان آزادی مازندران و اخلاق کلامی تفاوت معناداری وجود ندارد، یعنی وجود تفاوت در میزان اخلاق کلامی در میان کارکنان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی مازندران را رد می‌کند. همچنین نتایج آزمون لون برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=2/050$  و  $Sig = 0/156$ ) و هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=3/903$  و  $0/050 = Sig$ ) می‌باشد که فرض برابری واریانس‌ها برای هر دو مورد تایید می‌شود؛ یعنی واریانس اخلاق کلامی در بین کارکنان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و نیز هتل پارسیان آزادی خزر با یکدیگر برابر است. سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، هم برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $Sig. (2-tailed) = 0/642$ ) و هم هتل پارسیان آزادی خزر ( $Sig. (2-tailed) = 0/999$ )، بیشتر از  $0/050$  بوده، بنابراین بین جنسیت کارکنان هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر و اخلاق کلامی تفاوت معناداری وجود ندارد؛ در نتیجه این آزمون تفاوت در میزان اخلاق کلامی در میان کارکنان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی مازندران را رد می‌کند.

جدول (۱۳) آزمون مقایسه میانگین دو جامعه

میانگین خطای استاندارد		انحراف معیار	میانگین		تعداد داده‌ها		جنسیت		
۲/۶۳۰۷۸		۳۰/۱۱۰۶۹	۳۷۳/۰۰۷۶		۱۳۱		مرد		اخلاق کلامی (کارکنان)
۳/۴۹۹۶۳		۳۰/۱۰۴۹۳	۳۷۲/۴۵۹۵		۷۴		زن		
۴/۱۴۹۹۹		۴۶/۷۶۸۰۴	۳۱۹/۸۱۱۰		۱۲۷		مرد		اخلاق حاکم (میهمانان)
۴/۴۴۰۲۰		۴۴/۸۴۳۷۹	۳۱۹/۵۰۹۸		۱۰۲		زن		
با اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون مقایسه میانگین				آزمون لون			متغیر اخلاق
حد بالا	حد پایین	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین	سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی	آزمون تی	سطح معناداری	آزمون فیشر	
۹/۱۸۱۱۶	-۸/۰۸۴۸۲	۴/۳۷۸۴۱	۰/۵۴۸۱۷	۰/۹۰۰	۲۰۳	۰/۱۲۵	۰/۹۳۱	۰/۰۰۷	
۱۲/۳۳۲۳۰	-۱۱/۷۲۹۸۶	۶/۱۰۵۶۹	۰/۳۰۱۲۲	۰/۹۶۱	۲۲۷	۰/۰۴۹	۰/۸۱۰	۰/۰۵۸	برابری واریانس
								کلامی	
								برابری واریانس	
								حاکم	

### رابطه جنسیت میهمانان هتل‌ها با اخلاق سازمانی حاکم

با توجه به جدول (۱۳)، آزمون لون مربوط به برابری واریانس‌ها با مقدار  $0/058$  برای آماره‌ی  $F$  و با معیار تصمیم ( $Sig = 0/810$ ) نشان می‌دهد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید است؛ یعنی واریانس اخلاق حاکم در بین میهمانان مرد و زن با یکدیگر برابر است. سطح معنی‌داری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، بیشتر از  $0/050$  است و برابر است با ( $Sig. (2-tailed) = 0/961$ )، بنابراین بین جنسیت میهمانان هتل‌های پارسیان آزادی مازندران و اخلاق حاکم تفاوت معناداری وجود ندارد؛ در نتیجه این آزمون تفاوت در میزان اخلاق حاکم در میان کارکنان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی مازندران را رد می‌کند. همچنین نتایج آزمون لون به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=1/148$  و  $Sig = 0/286$ ) و هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=0/037$  و  $Sig = 0/848$ ) می‌باشد که فرض برابری واریانس‌ها برای هر دو مورد تایید می‌شود؛ یعنی واریانس اخلاق حاکم در بین میهمانان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و نیز هتل پارسیان آزادی خزر با یکدیگر برابر است. سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، هم برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $Sig. (2-tailed) = 0/553$ ) و هم هتل پارسیان آزادی خزر ( $Sig. (2-tailed) = 0/756$ )، بیشتر از  $0/050$  بوده، بنابراین بین جنسیت میهمانان هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر و اخلاق حاکم تفاوت معناداری وجود ندارد؛ در نتیجه این آزمون، تفاوت در میزان اخلاق حاکم در میان میهمانان مرد و زن هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر را رد می‌کند.

### رابطه‌ی سن کارکنان هتل‌ها با اخلاق سازمانی کلامی

با توجه به جدول (۱۴) سطح معناداری آزمون فیشر در درجه آزادی ۳ به  $201$  در سطح معنی‌داری  $95\%$  برای اخلاق کلامی (کارکنان) برای هتل‌های پارسیان آزادی مازندران کمتر از  $0/050$  و برابر با ( $Sig = 0/005$ ) می‌باشد، یعنی تفاوت معناداری بین سن کارکنان هتل‌های پارسیان آزادی مازندران و میزان اخلاق کلامی وجود دارد؛ و این بدین معناست که حداقل یکی از گروه‌های سنی کارکنان هتل‌های پارسیان آزادی مازندران از نظر میانگین نمره مورد نظر با بقیه فرق دارد. از اینرو برای اینکه مشخص شود که اختلاف میانگین، بین کدامیک از گروه‌های سنی وجود دارد، از پس آزمون بونفرونی استفاده شد.

نتایج پس آزمون بونفرونی برای اخلاق کلامی که در جدول (۱۵) ارائه شده است، نشان می‌دهد که بین گروه سنی (۲۰-۳۰) با (۵۰ به بالا) و گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۵۰ به بالا) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۹۵٪ در نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) وجود دارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/482$  و  $0/696 = Sig$ ) در درجه آزادی ۳ به ۸۶ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=1/526$  و  $0/212 = Sig$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۱ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سن و نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود ندارد.

رابطه سن میهمانان هتل‌ها با دیدگاه آنها نسبت به اخلاق سازمانی کارکنان (اخلاق حاکم) همچنین با توجه به جدول (۱۴)، سطح معنی‌داری آزمون فیشر در درجه آزادی ۳ به ۲۲۵ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ برای اخلاق حاکم (میهمانان) بیشتر از ۰/۰۵۰ و برابر ۰/۵۵۸ ( $Sig = 0/558$ ) می‌باشد؛ یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سن و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=3/329$  و  $0/022 = Sig$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۱ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ کمتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=9/291$  و  $0/000 = Sig$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۰ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ کمتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سن و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج پس‌آزمون شفه برای اخلاق حاکم در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر نشان می‌دهد که بین گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۴۱-۵۰) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۹۵٪ در نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) وجود دارد. بعلاوه برای اخلاق حاکم در هتل پارسیان آزادی خزر نشان می‌دهد که بین گروه سنی (۲۰-۳۰) با (۴۱-۵۰) و گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۴۱-۵۰) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۹۵٪ در نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق کارکنان وجود دارد.

جدول (۱۴) مقدار و سطح معنی داری آزمون تحلیل واریانس یکطرفه

متغیر اخلاق	منبع	مجموع مجذورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	آزمون فیشر	سطح معنی داری
کلامی (کارکنان)	بین گروه‌ها	۱۱۳۴۴/۷۱۶	۳	۳۷۸۱/۵۷۲	۴/۴۰۱	۰/۰۰۵
	درون گروه‌ها	۱۷۲۶۹۴/۸۶۴	۲۰۱	۸۵۹/۱۷۸		
	کل	۱۸۴۰۳۹/۵۸۰	۲۰۴			
حاکم (میهمانان)	بین گروه‌ها	۴۳۷۳/۸۳۶	۳	۱۴۵۷/۹۴۵	۰/۶۹۲	۰/۵۵۸
	درون گروه‌ها	۴۷۴۳۳۲/۲۵۲	۲۲۵	۲۱۰۸/۱۴۳		
	کل	۴۷۸۷۰۶/۰۷۸	۲۲۸			

جدول (۱۵) آزمون بونفرونی (اخلاق کار کلامی)

گروه سنی (I)	گروه سنی (J)	اختلاف میانگین	انحراف معیار	سطح معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					کران بالا	کران پایین
۲۰-۳۰	۵۰ به بالا	-۲۰/۷۱۲۴۵	۶/۶۴۷۴۹	۰/۰۱۳	-۲/۹۹۹۴	-۳۸/۴۲۵۵
۳۱-۴۰	۵۰ به بالا	-۲۱/۸۹۳۸۶	۶/۵۶۱۳۶	۰/۰۰۶	-۴/۴۱۰۳	-۳۹/۳۷۷۴

اختلاف در سطح ۰/۰۵۰ معنادار می‌باشد.

### رابطه وضعیت تاهل کارکنان هتل‌ها با اخلاق سازمانی کلامی

با توجه به جدول (۱۶)، آزمون لون مربوط به برابری واریانس‌ها با مقدار ۰/۰۶۱ برای آماره‌ی F و با معیار تصمیم ( $Sig = ۰/۸۰۶$ ) نشان می‌دهد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید است؛ سطح معنی داری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، برابر است با ( $Sig. (2-tailed) = ۰/۰۵۰$ )، بنابراین با توجه به این آزمون، می‌توان تفاوت اخلاق کلامی در میان کارکنان مجرد و متاهل هتل‌های پارسیان آزادی مازندران را تایید نمود. همچنین نتایج آزمون لون برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر  $F=۰/۵۴۸$  و  $Sig = ۰/۴۶۱$  و هتل پارسیان آزادی خزر  $F=۱/۴۴۴$  و  $Sig = ۰/۲۳۲$  می‌باشد که فرض برابری واریانس‌ها برای هر دو مورد تایید می‌شود؛ یعنی واریانس اخلاق کلامی در بین کارکنان مجرد و متاهل هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و نیز هتل پارسیان آزادی خزر با یکدیگر برابر است. سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر  $(Sig. (2-tailed) = ۰/۳۲۴)$  و برای هتل پارسیان آزادی خزر  $(Sig. (2-tailed) = ۰/۰۳۷)$  بوده، یعنی بین وضعیت تاهل کارکنان هتل‌های



پارسیان آزادی رامسر و اخلاق کلامی تفاوت معناداری وجود ندارد؛ اما میان وضعیت تاهل کارکنان هتل پارسیان آزادی خزر و اخلاق کلامی تفاوت معناداری وجود دارد.

#### رابطه‌ی وضعیت تاهل میهمانان هتل‌ها با اخلاق سازمانی حاکم

با توجه به جدول (۱۶)، آزمون لون مربوط به برابری واریانس‌ها با مقدار  $1/714$  برای آماره‌ی  $F$  و با معیار تصمیم ( $Sig = 0/192$ ) نشان می‌دهد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید است. سطح معنی‌داری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، بیشتر از  $0/050$  است و برابر است با ( $Sig. (2-tailed) = 0/677$ )، بنابراین بین وضعیت تاهل میهمانان هتل‌های پارسیان آزادی مازندران و اخلاق حاکم تفاوت معناداری وجود ندارد؛ در نتیجه، این آزمون، تفاوت در میزان اخلاق حاکم در میان میهمانان مجرد و متاهل هتل - های پارسیان آزادی مازندران را رد می‌کند. نتایج آزمون لون به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/237$  و  $Sig = 0/627$ ) و هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=3/128$  و  $Sig = 0/080$ ) می‌باشد که فرض برابری واریانس‌ها برای هر دو مورد تایید می‌شود؛ سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، هم برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $Sig. (2-tailed) = 0/937$ ) و هم هتل پارسیان آزادی خزر ( $Sig. (2-tailed) = 0/082$ )، بیشتر از  $0/050$  بوده، بنابراین بین وضعیت تاهل میهمانان هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر و اخلاق حاکم تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول (۱۶) آزمون مقایسه‌ی میانگین دو جامعه

میانگین خطای استاندارد		انحراف معیار	میانگین		تعداد داده‌ها		وضعیت تاهل			
۳/۵۳۷۴۴		۲۸/۹۵۵۲	۳۶۶/۹۲۵۴		۶۷		مجرد		اخلاق کلامی (کارکنان)	
۲/۵۷۳۹۷		۳۰/۲۳۷۳۴	۳۷۵/۶۶۶۷		۱۳۸		متاهل			
۵/۶۵۳۲۴		۴۹/۲۸۳۸	۳۲۱/۴۷۳۷		۷۶		مجرد		اخلاق حاکم (میهمانان)	
۳/۵۶۸۶۵		۴۴/۱۴۱۸۱	۳۱۸/۷۸۴۳		۱۵۳		متاهل			
با اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون مقایسه میانگین				آزمون لون		متغیر اخلاق		
حد بالا	حد پایین	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین	سطح معناداری (دودامنه)	درجه آزادی	آزمون تی	سطح معناداری			
۰/۰۱۵۵۵	۱۷/۴۹۸۱۴	۴/۴۴۱۲۳	-۸/۷۴۱۲۹	۰/۰۵۰	۲۰۳	-۱/۹۶۸	۰/۸۰۶	۰/۰۶۱	برابری واریانس	کلامی
۱۵/۳۸۳۱۲	-۱۰/۰۰۴۳۸	۶/۴۴۱۹۹	۲/۶۸۹۳۷	۰/۶۷۷	۲۲۷	۰/۴۱۷	۰/۱۹۲	۱/۷۱۴	برابری واریانس	حاکم

#### رابطه سطح تحصیلات کارکنان هتل‌ها با اخلاق سازمانی کلامی

همان‌طور که در جدول (۱۷) نشان داده شده است، سطح معنی‌داری آزمون فیشر ( $F=1/571$ ) در درجه آزادی ۳ به ۲۰۱ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ برای اخلاق کلامی (کارکنان) بیشتر از ۰/۰۵۰ و برابر ( $Sig = 0/198$ ) می‌باشد؛ یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح تحصیلات و نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/186$  و  $Sig = 0/906$ ) در درجه آزادی ۳ به ۸۶ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=0/052$  و  $Sig = 0/984$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۰ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی بین متغیر سطح تحصیلات و نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود ندارد.

#### رابطه سطح تحصیلات میهمانان هتل‌ها با اخلاق سازمانی حاکم

با توجه به جدول (۱۷)، سطح معنی‌داری آزمون فیشر ( $F=0/944$ ) در درجه آزادی ۴ به ۲۲۴ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ برای اخلاق حاکم (میهمانان) بیشتر از ۰/۰۵۰ و برابر ( $Sig = 0/439$ ) می‌باشد؛ یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح تحصیلات و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/882$  و  $Sig = 0/477$ ) در درجه آزادی ۴ به ۱۱۰ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=1/604$  و  $Sig = 0/179$ ) در درجه آزادی ۴ به ۱۰۹ در سطح معنی‌داری ۰/۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح تحصیلات و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول (۱۷) مقدار و سطح معنی داری آزمون تحلیل واریانس یکطرفه

سطح معنی داری	آزمون فیشر	میانگین مجذورات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	متغیر اخلاق منبع	
					بین گروه‌ها	کلامی (کارکنان)
۰/۱۹۸	۱/۵۷۱	۱۴۰۵/۸۰۴ ۸۹۴/۶۳۸	۳ ۲۰۱ ۲۰۴	۴۲۱۷/۴۱۱ ۱۷۹۸۲۲/۱۶۹ ۱۸۴۰۳۹/۵۸۰	بین گروه‌ها	حاکم (میهمانان)
					درون گروه‌ها	
					کل	
۰/۴۳۹	۰/۹۴۴	۱۹۸۴/۶۲۶ ۲۱۰۱/۶۴۱	۴ ۲۲۴ ۲۲۸	۷۹۳۸/۵۰۵ ۴۷۰۷۶۷/۵۸۲ ۴۷۸۷۰۶/۰۸۷	بین گروه‌ها	حاکم (میهمانان)
					درون گروه‌ها	
					کل	

#### رابطه سطح درآمد کارکنان هتل‌ها با اخلاق سازمانی کلامی

با توجه به اطلاعات جدول (۱۸)، سطح معنی داری آزمون فیشر ( $F=1/723$ ) در درجه آزادی ۳ به ۲۰۱ در سطح معنی داری ۹۵٪ برای اخلاق کلامی (کارکنان) بیشتر از ۰/۰۵۰ و برابر ( $Sig = 0/146$ ) می‌باشد؛ یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح درآمد و نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق کلامی (دیدگاه کارکنان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/261$  و  $Sig = 0/771$ ) در درجه آزادی ۲ به ۸۷ در سطح معنی داری ۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=0/642$  و  $Sig = 0/528$ ) در درجه آزادی ۲ به ۱۱۲ در سطح معنی داری ۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی بین متغیر سطح درآمد و نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود ندارد.

#### رابطه‌ی سطح درآمد میهمانان هتل‌ها با اخلاق سازمانی حاکم

اطلاعات جدول (۱۸) بیان می‌کند که، سطح معنی داری آزمون فیشر ( $F=0/336$ ) در درجه آزادی ۴ به ۲۲۴ در سطح معنی داری ۹۵٪ برای اخلاق حاکم (میهمانان) بیشتر از ۰/۰۵۰ و برابر ( $Sig = 0/715$ ) می‌باشد؛ یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح درآمد و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان) به تفکیک برای

مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=0/982$  و  $Sig = 0/378$ ) در درجه آزادی ۲ به ۱۱۲ در سطح معنی‌داری ۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=2/96$  و  $Sig = 0/056$ ) در درجه آزادی ۲ به ۱۱۱ در سطح معنی‌داری ۹۵٪ بیشتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سطح درآمد و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول (۱۸) مقدار و سطح معنی‌داری آزمون تحلیل واریانس یکطرفه

متغیر اخلاق منبع	مجموع مجذورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	آزمون فیشر	سطح معنی‌داری		
						بین گروه‌ها	کلامی (کارکنان)
کلامی (کارکنان)	۶۱۳۱/۴۸۵	۴	۱۵۳۲/۸۷۱	۱/۷۲۳	۰/۱۴۶	بین گروه‌ها	
	۱۷۷۹۰۸/۰۹۵	۲۰۰	۸۸۹/۵۴۰			درون گروه‌ها	
	۱۸۴۰۳۹/۵۸۰	۲۰۴				کل	
حاکم (میهمانان)	۱۴۱۸/۱۱۷	۲	۷۰۹/۰۵۹	۰/۳۳۶	۰/۷۱۵	بین گروه‌ها	
	۴۷۷۲۸۷/۹۷۰	۲۲۶	۲۱۱۱/۸۹۴			درون گروه‌ها	
	۴۷۸۷۰۶/۰۸۷	۲۲۸				کل	

### نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف بررسی شکاف میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در صنعت هتلداری در هتل‌های بین‌المللی پارسیان استان مازندران، شامل: هتل‌های پارسیان آزادی رامسر (چهار ستاره)، و پارسیان آزادی خزر (پنج ستاره)، انجام گرفت که بمنظور رسیدن به این مهم چهار سوال اساسی مطرح شد:

- ۱- میزان شکاف میان اخلاق سازمانی حاکم و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها به چه اندازه می‌باشد؟
- ۲- وزن (اهمیت) ابعاد اخلاق سازمانی (کلامی و حاکم) از دیدگاه کارکنان و میهمانان در هتل‌ها به چه میزانی است؟
- ۳- میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان و اخلاق سازمانی کلامی در هتل‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟

۴- میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی میهمانان و اخلاق سازمانی حاکم در هتل‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟

جهت پاسخ به سوال اول، یک فرضیه‌ی اصلی و پنج فرضیه فرعی مطرح شد که به بررسی شکاف میان ابعاد اخلاق سازمانی کلامی و حاکم پرداخت و نتایج حاکی از آن بود که میان تمامی ابعاد اخلاق سازمانی کلامی و اخلاق سازمانی حاکم در هتل‌های بین‌المللی پارسیان در مازندران شکاف وجود دارد که با نتایج تحقیق اعتباریان و دیگران (۱۳۸۹) و کیاکجوری و اسحق‌نیموری (۱۳۹۳) یکسان بوده است. همچنین هتل‌ها به تفکیک مورد بررسی قرار گرفتند و نتایج حاکی از آن بود که میان تمامی ابعاد اخلاق سازمانی کلامی و اخلاق سازمانی حاکم شکاف وجود دارد. وجود شکاف میان اخلاق سازمانی کلامی و اخلاق سازمانی حاکم بدین معنی است که تصویری که کارکنان هتل‌ها از اخلاق سازمانی خود دارند بیشتر از چیزی است که میهمانان از اخلاق سازمانی کارکنان تجربه کرده‌اند. پس از بررسی بیشترین شکاف مربوط به روابط سالم و انسانی در محیط کار، جدیت و پشتکار در کار، چالش‌پذیری در کار، ابتکارعمل در کار، و در نهایت دلبستگی و علاقه به کار می‌باشد. این یعنی اینکه از دید کارکنان میزان روابط آنها با یکدیگر و نیز با میهمانان کیفیت مناسبی را ندارد و همچنین کارکنان جدیت چندانی در انجام وظایف خود بروز نمی‌دهند به همین دلیل از نگاه میهمانان میزان پشتکار و نیز تنوع در فرآیند ارائه خدمات در سطح متوسطی قرار دارد. همچنین در بررسی شکاف اخلاقی مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و پارسیان آزادی خزر به تفکیک، ابعاد اخلاق دارای همین ترتیب بوده و نکته جالب اینکه میزان شکاف در هتل پارسیان آزادی خزر بیشتر از مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر است.

در پاسخ به سوال دوم از روش آنتروپی برای تعیین وزن ابعاد اخلاق کلامی از دیدگاه کارکنان و اخلاق حاکم از دیدگاه میهمانان استفاده شد. نتایج مربوط به بررسی کلی هتل‌ها (هتل‌های بین‌المللی پارسیان در مازندران) نشان داده است که در وزندهی ابعاد از دید کارکنان به ترتیب: روابط سالم در محیط کار، جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، چالش‌پذیری و سپس ابتکار عمل از اهمیت بیشتری برخوردارند، لذا مشخص می‌شود که کارکنان بیشتر تصور می‌کنند که داشتن روابط دوستانه در محیط کار با میهمانان و نیز همکاران از اهمیت بیشتری برخوردار است و انجام دادن صحیح کارها با گرایش به سمت روابط دوستانه و صمیمی برای کارکنان اولویت دارد؛ در حالی که وزندهی ابعاد از

دید میهمانان به ترتیب جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، ابتکار عمل، روابط سالم در محیط کار، و چالش‌پذیری می‌باشد و میهمانان از کارکنان انجام وظایفشان را به نحو صحیح و جدی همراه با ابتکار عمل و ارابه‌ی شیوه‌های نوین خدمات را طلب می‌کنند، و به روابط دوستانه اهمیت کمتری می‌دهند.

همچنین در وزن‌دهی ابعاد از دید کارکنان برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر آنچه بدست آمد به ترتیب شامل: روابط سالم در محیط کار، جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، ابتکار عمل و سپس چالش‌پذیری است. در حالی که وزن‌دهی ابعاد از دید میهمانان جدیت و پشتکار در کار، دلبستگی و علاقه به کار، ابتکار عمل، روابط سالم در محیط کار، و چالش‌پذیری به ترتیب از اهمیت بیشتری برخوردارند. در حالیکه در وزن‌دهی ابعاد از دید کارکنان برای هتل پارسیان آزادی خزر آنچه بدست آمد به ترتیب شامل: روابط سالم در محیط کار، دلبستگی و علاقه به کار، جدیت و پشتکار در کار، چالش‌پذیری و سپس ابتکار عمل است. در حالی که وزن‌دهی ابعاد از دید میهمانان دلبستگی و علاقه به کار، جدیت و پشتکار در کار، ابتکار عمل، روابط سالم در محیط کار، و چالش‌پذیری به ترتیب از اهمیت بیشتری برخوردارند.

در پاسخ به سوال سوم و چهارم، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان و میهمانان به تفکیک با اخلاق کلامی و اخلاق حاکم مورد بررسی قرار گرفت. در ارزیابی رابطه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تاهل و سطح درآمد کارکنان و میهمانان با اخلاق سازمانی کلامی و حاکم، تنها، رابطه‌ی میان سن و وضعیت تاهل کارکنان با اخلاق سازمانی کلامی مورد تایید واقع شد که با نتایج تحقیق وانگ (۱۹۹۸)؛ وانگ (۲۰۰۰)؛ جازسای (۲۰۰۲)؛ اییون و هوآننگ (۲۰۰۷)؛ چن و چویی (۲۰۰۸)؛ پونو و دیگران (۲۰۰۹)؛ دیمیتریو و همکاران (۲۰۱۱)؛ نریمانی و همکاران (۲۰۱۲)؛ لی و تسانگ (۲۰۱۳)؛ چنگ و دیگران (۲۰۱۳) و کنانی (۲۰۱۴) یکسان بوده است.

در بررسی رابطه‌ی سن کارکنان هتل‌های بین‌المللی پارسیان در مازندران با اخلاق سازمانی کلامی نتایج نشان داد که با توجه به سطح معنی‌داری آزمون تحلیل واریانس یکطرفه ( $Sig = 0/005$ )، تفاوت معنی‌داری بین سن کارکنان و میزان اخلاق کلامی وجود دارد؛ که می‌توان پذیرفت بین متغیر سن و میزان اخلاق کلامی تفاوت معنی‌داری وجود دارد، یعنی سن کارکنان بر دیدگاه آنان نسبت به اخلاق کلامی تاثیر گذار است. بنابراین نتایج

پس آزمون بونفرونی برای اخلاق کلامی، بین گروه سنی (۲۰-۳۰) با (۵۰ به بالا) و گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۵۰ به بالا) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵٪ در نوع دیدگاه کارکنان به اخلاق (اخلاق کلامی) وجود دارد. در بررسی تفکیکی هتل‌ها نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای اخلاق حاکم (دیدگاه میهمانان) به تفکیک برای مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر ( $F=3/329$  و  $Sig = 0/022$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۱ در سطح معنی‌داری ۰/۰۵٪ کمتر از ۰/۰۵۰ است، و نیز برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=9/291$  و  $Sig = 0/000$ ) در درجه آزادی ۳ به ۱۱۰ در سطح معنی‌داری ۰/۰۵٪ کمتر از ۰/۰۵۰ می‌باشد. یعنی می‌توان پذیرفت که بین متغیر سن و نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و هتل پارسیان آزادی خزر تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج پس‌آزمون شفه برای اخلاق حاکم در مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر نشان می‌دهد که بین گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۴۱-۵۰) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵٪ در نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق (اخلاق حاکم) وجود دارد. بعلاوه برای اخلاق حاکم در هتل پارسیان آزادی خزر نشان می‌دهد که بین گروه سنی (۲۰-۳۰) با (۴۱-۵۰) و گروه سنی (۳۱-۴۰) با (۴۱-۵۰) و بالعکس تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵٪ در نوع دیدگاه میهمانان به اخلاق کارکنان وجود دارد.

در بررسی رابطه‌ی وضعیت تاهل کارکنان هتل‌های بین‌المللی پارسیان در مازندران با اخلاق سازمانی کلامی نتایج نشان داد که با توجه به آزمون لون مربوط به برابری واریانس‌ها با مقدار ۰/۰۶۱ برای آماره‌ی  $F$  و با معیار تصمیم ( $Sig = 0/806$ ) نشان می‌دهد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید است؛ سطح معنی‌داری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، برابر است با  $(Sig. (2-tailed) = 0/050)$ ، بنابراین با توجه به این آزمون، می‌توان تفاوت اخلاق کلامی در میان کارکنان مجرد و متاهل هتل‌های پارسیان آزادی مازندران را تایید نمود. همچنین نتایج آزمون لون برای هتل پارسیان آزادی خزر ( $F=1/444$  و  $Sig = 0/232$ ) می‌باشد که فرض برابری واریانس‌ها مورد تایید قرار می‌گیرد؛ سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس، برای هتل پارسیان آزادی خزر  $(Sig. (2-tailed) = 0/037)$  بوده، یعنی میان وضعیت تاهل کارکنان هتل پارسیان آزادی خزر و اخلاق کلامی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به یافته‌ها و نتایج تحقیق به مدیران مجموعه هتل‌های پارسیان آزادی رامسر و پارسیان آزادی خزر پیشنهاد می‌شود که:



- کارکنان را به یادگیری چیزهای جدید تشویق نمایند (با توجه به تاکید بر بعد ابتکار عمل توسط میهمانان)،
- تقویت روحیه آنها در مواجهه شدن با مشکلات توجه بیشتری شود (مشکل پایین بودن اهمیت چالش پذیری)؛
- تاکید و توجه بر دیدگاه‌های میهمانان با گروه سنی میانسال (۴۱-۵۰)؛
- تاکید و توجه بر دیدگاه‌های کارکنان با گروه سنی اول (۲۰-۳۰)؛
- تاکید بر استانداردسازی آداب و معاشرت کاری در هتل‌ها (هم در برخورد با میهمان و هم در ارتباط با همکاران) که این مورد برای هتل پاریسیان آزادی خزر بدلیل وجود شکاف اخلاقی بیشتر می‌بایست بیشتر باشد؛ و
- در نهایت باید متذکر شد، در صورتی اجرای ساز و کارهای تقویت اخلاق کاری در هتل‌ها با موفقیت همراه خواهد بود، که مدیریت و سازمان هتل‌ها از برنامه‌های اخلاقی، بطور کامل حمایت و نیز سیستم‌های نظارتی، ارزیابی عملکرد و بازخورد مشتری را فعال نمایند.

## منابع

- اخوان مهدی، محسن. (۱۳۹۳). *آزمون فرضیه با نرم افزار SPSS*. تهران: جامعه‌شناسان.
- اعتباریان، اکبر، صالحی زاده، سعید، و سعیدی، سیده پرستو. (۱۳۸۹). تعیین شکاف بین اخلاق کار شفاهی و اخلاق کار عملی در سازمان های شهرستان اصفهان. *کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی*، (بهمن).
- روغنیان دزفولی، علی. (۱۳۸۷). *تحلیلی بر چالش های مدیریت هتلداری در قرن بیست و یکم*. تهران: نوآور.
- صلواتی، عادل، رستمی نوروآبادی، مجتبی، و رحمانی نوروآبادی، سامان. (۱۳۹۲). اخلاق حرفه ای و مسئولیت پذیری اجتماعی در صنعت هتلداری. *مطالعات مدیریت گردشگری*. سال ۸، شماره ۲۱، ۱۰۷-۱۴۳.
- کیاکجوری، داود. و اسحاق نیموری، شهربانو. (۱۳۹۳). تحلیل شکاف بین ابعاد اخلاق کار کلامی و اخلاق کار حاکم، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، شماره ۲۸، تابستان. ۵۹-۶۸.
- کیاکجوری، داود. و کیاکجوری، کریم. (۱۳۹۳). *مبانی نظری و عملی پژوهش در مدیریت*، به همراه سوال های طبقه بندی شده کنکور ارشد و دکتری. تهران: مهربان نشر.
- نصیریان، جلال. (۱۳۹۱). *آداب معاشرت و الگوهای رفتاری در صنعت گردشگری*. تهران: مهکامه.
- ین، رابرت. کک. (۱۳۸۱). *تحقیق موردی*. (علی پارسائیان و سید محمد اعرابی)، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- Ali, A. J. and Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: a critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*. 15(1), pp. 5-19.
- Basran, S. & Webley, S. (2012). Employee Views of Ethics at Work, British Survey. *Published by the Institute of Business Ethics*.
- Beck, J. A., Lazer W. & Schmidgall, R. (2007). Hotel marketing manager's responses to ethical dilemmas. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 8(3), 35-48.
- Chen, P. J., & Choi, Y. (2008). Generational differences in work values: a study of hospitality management, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20, 595-615. <http://dx.doi.org/10.1108/09596110810892182>.
- Cheng, P. Y., Yang, J. T., Wan, C. S., & Chu, M. C. (2013). Ethical contexts and employee job responses in the hotel industry: The

- roles of work values and perceived organizational support, *International Journal of Hospitality Management*, 34, 108– 115. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.03.007>.
- Dimitriou, C. K., Blum, S. C., Adams, C. & Kim, S. (2011). The Impact of a Hotel's Business Ethics on. *International CHRIE Conference-Refereed Track*. Jul 29<sup>th</sup>, University of Massachusetts – Amherst.
- Donyadide, A. (2010). Ethics in Tourism. *European Journal of Social Sciences*. 17(3), 426-433.
- Fennell, D. A. (2006). *Tourism Ethics*. Channel View Publication, Toronto: Clevedon.
- Fox, J. (2000). Approaching managerial ethical standards in Croatia's hotel industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (12), 70-74.
- Fulford, M.D., 2005. That's not fair! The test of a model of organizational justice, job satisfaction, and organizational commitment among hotel employees. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism* 4 (1), 73–84.
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q. & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees, *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40–48. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.002>.
- Holjevac, I. A. (2008). Business ethics in tourism- As a dimension of TQM. *Total Quality Management*, 19(10), 1029-1041.
- Huimin, G., Ryan, C., (2011). Ethics and corporate social responsibility (an analysis of the views of Chinese hotel managers). *International Journal of Hospitality Management*, 30, 875–885. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.008>.
- Hussey, J., Holden, M. T. & Lynch, P. (2010). defining professionalism in the tourism context. *Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference (THRIC)*. June 15th - 17th 2010, Shannon Hotel School.
- Iun, J. & Huang, X., (2007). How to motivate your older employees to excel? the impact of commitment on older employees' performance in the hospitality industry, *Hospitality Management*, (26) 793–806. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.08.002>.
- Jaszay, C. (2002). Ethical Behavior in the Hospitality Industry. *Hospitality Review*. 20(2), 104-116.
- Jung, H. S., Namkung, Y., & Yoon, H. H. (2010). The effects of employees' business ethical value on person–organization fit and turnover intent in the foodservice industry. *International Journal of*

- Hospitality Management*, 29(3), 538-546. [http:// dx. doi.org/ 10.1016/j.ijhm.2009.08.005](http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.08.005).
- Keiser, J. R. & Swinton, J. (1988). *Professionalism and Ethics in Hospitality*, *Hospitality Review*, 6 (1), 23-31.
- Kim, N. Y., & Miller, G. (2008). Perceptions of the ethical climate in the Korean tourism industry, *Journal of Business Ethics*, 82(4), 941-954. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9604-0>.
- Kim, Y., Kim, S. S., Seo, J., & Hyun, J. (2011). Hotel Employees' Competencies and Qualifications Required According to Hotel Divisions. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*. 3(2), 1-18.
- Kincaid, C. S., Baloglua, S. & Corsun, D., (2008). Modeling ethics: The impact of management actions on restaurant workers' ethical optimism, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 470-477.
- Knani, M. (2014). Ethics in the Hospitality Industry: Review and Research Agenda, *International Journal of Business and Management*, 9(3), 1-8. <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v9n3p1>.
- Lee, L. Y. S., & Tsang, N. K. (2013). Perceptions of tourism and hotel management students on ethics in the workplace. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(3), 228-250. <http://dx.doi.org/10.1080/15313220.2013.813323>.
- Lee, Y-K., Choi, J., Moon, B-Y. & Babin, B. J. (2014). Codes of ethics, corporate philanthropy, and employee responses, *International Journal of Hospitality Management* (39).97-106
- Linz, S. J., & Chu, Y. W. (2012). *Work Ethic in Formerly Socialist Economies*. Department of Economics, Michigan State University, East Lansing, Michigan 48823.
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of Marketing*, American Marketing Association, 47, 19-20.
- Mathenge, G. D. (2013). Responsible Tourism and Hotel Management: An Empirical Analysis of the Ethical Dimensions in Tourism and Hospitality Industry in Kenya. *American International Journal of Contemporary Research*. 3(6), 17-29.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality* (Third Edition). London: Butterworth Heinmann.
- Miller, M. J., Woehr, D. and Hudspeth, N. 2002. The Meaning and Measurement of Work Ethic: Construction and Initial Validation of a Multidimensional Inventory. *Journal of Vocational Behavior*. 60: 451-489.
- Miscovic, I. (2012). Ethics in Providing Tourism Services by Travel Agents in Serbia. *Tourizma*. 16(1), 20-28.

- Narimani, S., Fallah, Z. & Narimani, M. (2012). Work ethic and its relationship with selected demographic characteristics in faculties and employees of Islamic Azad University. *Applied Science Research*. 4 (1): 632-637.
- Nadiri, H. & Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry, *International Journal of Hospitality Management* 29 (2010) 33–4.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (Second ed), McGraw-Hill, New York.
- Petty, G. C. (1991). Development of the Occupational Work Ethic Inventory. (Knoxville, The University of Tennessee; Unpublished paper).
- Petty, G. C. & Hill R.B. (2005). *Work ethic characteristics Perceived work ethics of supervisors and workers*. university of Georgia.
- Ponnu, C. H., Mohd, M. K. H., Beh, Y. Y. & Chen, S.J. (2009). Ethical beliefs of hotel employees in Malaysia, in: *4th International Conference of the Asian Academy of Applied Business*, 17-18 Dec 2009, Manila, Filipina. <http://eprints.um.edu.my/11021/>.
- Sardy, M., Munoz, J. M., Sun, J. J. & Alon, I. (2010). Dimension of Business ethics in china. *International business Journal*, 6-30.
- Stevens, B. (1997). Hotel ethical codes: a content analysis, *Hospitality Management*, 16(3), 261-271. [http:// dx.doi.org/ S0278 - 4319\(97\) 00014-5](http://dx.doi.org/S0278-4319(97)00014-5).
- Tunc, A., & Sevin, H. D. (2000). An analysis of business ethics in accommodation sector on tourism industry. *First International Joint Symposium on Business Administration, challenges for business administrators in the new millennium*, 756-765.
- Upchurch, R. S., (1998). Ethics in the hospitality industry: an applied model, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (6) pp. 227 – 233.
- Vandeven, A. & Ferry, D. (1979). *measuring and assessing organizations*, John Wiley, New York.
- Vitell, S.J. & Muncy, J. (1992), Consumer ethics: an empirical investigation of factors influencing ethical judgments of the final consumer, *Journal of Business Ethics*, Vol.11, 585-597.
- Wong, C. K. S., (1998). Staff job-related ethics of hotel employees in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10(3), pp.107-115.
- Wong, C. K. S. (2000). Tourists' perceptions of hotel frontline employees' questionable job-related behaviour. *Tourism Management*. 21(2), 121–134.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Tourism Highlights*.

- Yaman, H. R., & Gurel, E. (2006). Ethical Ideologies of Tourism Marketers. *Annals of Tourism Research*. 33(2), 470-489.
- Yeung, S., & Pine, R. (2003). Designing a hospitality ethics course content from the students' perspective. *Journal of Teaching in Travel&Tourism*,3(2),19-33.[http://dx.doi.org/10.1300/2v03n02\\_02](http://dx.doi.org/10.1300/2v03n02_02)
- Yeung, S. (2014). Examining the need of ethics course in China hospitality industry, 5th Asia Euro Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences,(144),212-217. [http:// dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.289](http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.289).